Proiect cofinanţat din Fondul Social European prin Programul Operaţional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
"Investeşte în oameni!"

CARTE SUSŢINUTĂ DE 1998 - 2011 12 JOBS 12 ANI DE JOBURI

Fii Genial!

ID 75610

www.fii-genial.ro

EŞTI GENIAL ORICUM

Angajat sau Angajator!

Coordonator: dr. Marian RUJOIU

EŞTI GENIAL ORICUM
Angajat sau angajator!

Autori

Marian RUJOIU, Dragoş POPESCU; Dan-Gabriel LAMBESCU; Raluca Maria RUJOIU; Florin RĂU; Dragoş POPESCU; Alina Elena RUJOIU; Marian CRĂCIUN; Cristina Maria RAŢIU; Ionut Cristian NEACȘU; Alina Laurentia BUZATU; Livia Maria DULCEAŢĂ.

carte susţinută de **eJobs**

Editura Extreme Training Publishing

©Extreme Training Publishing

Colectiv Redacţie:
Redactare: Cristina Raţiu
Tehnoredactare: Bogdan Dobrică
Corectura: Raluca Rujoiu
Grafică: Bogdan Dobrică

Descrierea CIP
Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României
Eşti genial oricum : angajat sau angajator? / Marian Rujoiu, Dragoş Popescu, Dan-Gabriel Lambescu, ... - Bucureşti : Extreme Training Publishing, 2011
ISBN 978-606-92968-0-6
I. Rujoiu, Marian
II. Popescu, Dragoş
III. Lambescu, Dan
159.923

©Editura EXTREME TRAINING PUBLISHING
Adresa: Calea Plevnei, nr. 61, Bucureşti
Web: www.traininguri.ro
Email: secretariat@traininguri.ro

Toate Drepturile asupra acestei ediţii sunt rezervate Editurii Extreme training Publishing. Nicio parte a acestui volum nu poate fi reprodusă, în nici o formă, fără permisiunea scrisă a Editurii Extreme Training Publishing

- Titlul programului: Programul Operaţional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013, "Investește în Oameni!"
- Titlul Proiectului: Fii Genial!
- Editorul materialului: Extreme Training
• Data publicării: iulie 2011

„Conţinutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziţia oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României"
Cartea se distribuie GRATUIT

EŞTI GENIAL ORICUM

CUPRINS

Secțiunea 1 (angajat sau angajator)

Cum poți deveni regizorul propriului viitor	pag. 11
Decalogul autoîmplinirii	pag. 18
De ce apare eșecul sau cum să eșuezi cu succes	pag. 24
Jocul optimistului	pag. 27
Jocul perseverenței	pag. 30
Jocul responsabilității	pag. 33
Lentila Bucuriei	pag. 39
Life coaching - este bine să faci ceea ce faci	pag. 41
Nu poți face lucruri mari având așteptări mici	pag. 45
Puterea feedbackului	pag. 48
Despre puterea gândului	pag. 53
Cum să te simți mai bine	pag. 56
Vampirii sociali	pag. 59
Cum să modelezi vampirii sociali din viața ta	pag. 66
Despre concediere	pag. 71
Cum afli care îți este vocația	pag. 74
Călătorie în prezent	pag. 79
Razboiul Angajat-Angajator	pag. 86
Angajat, freelancer sau angajator	pag. 91

Secțiunea 2 (angajat)

2.1 Cv-ul

1. 15 întrebări şi răspunsuri despre CV	pag. 96
2. De ce sunt CV-urile respinse?	pag. 99
3. Ce anume vor angajatorii?	pag. 101
4. 19 Sfaturi pentru CV-urile electronice	pag. 103
5. CV de primă clasă	pag. 104

2.2 Scrisoarea de intenție

Cum să-ți faci o Scrisoare de Intenție pag. 107
10 NU-uri într-o Scrisoare de intenție pag. 109
Personalizarea scrisorilor de intenție pag. 112
10 Întrebări și Răspunsurile lor
în legătură cu scrisoarea de Intenție pag. 114
Scrisoarea de recomandare pag. 116
Cum bați cel mai bine toba când îți cauți job pag. 118
Aplicații spontane pag. 123
Recrutarea online pag. 126

2.3 Job tips

Foloseşte-ţi calităţile! pag. 134
Cum să găseşti echilibrul între familie şi carieră? pag. 135
Ce să întrebi la un târg de joburi pag. 137
Cele 11 reguli pentru o negociere deşteaptă pag. 139
Ghid interviu angajați pag. 142
Vreau un salariu de 700 de euro pag. 147

2.4 Interviul

Ai 48 de ore să ajungi la Polul Nord! pag. 150
Cele mai frecvente 41 de întrebări din timpul interviurilor și răspunsuri pag. 153
Cum să înlături stresul interviurilor pag. 160
Micile amanunte care îți pot salva interviul pag. 162
Sfaturi despre cum să te îmbraci la interviu pag. 163
34 de greșeli în timpul interviului pag. 165
Cum poți obține jobul dorit în urma interviului pag. 167
E rândul tău acum să pui întrebări angajatorului pag. 171
Interviul. Tipuri și trucuri pag. 173
Cum îți alegi un training potrivit pag. 190
Despre recunoșterea diplomelor
și cât de mult ne ajută un training pag. 193

Ce caută de fapt angajatorii pag. 196
7 sfaturi - cum să te înțelegi cu șeful pag. 199
5 sfaturi - cum poți avea rezultate strălucite ca freelancer pag. 202
Managementul Obiectivelor - Studiu de caz pag. 208

Secțiunea 3 (angajator)

3.1 Motivare, management și leadership pag. 212

3.1.1 Leadership pag. 212

Management modern și eficient pag. 212
Cine este mai puternic - individul sau echipa pag. 216
Cum comunicăm schimbarea pag. 219
Cum gestionăm riscurile pag. 223
Motivație vs. deficit de competență pag. 226
Despre tainele motivarii non-financiare pag. 232
7 sfaturi cheie pentru a-ți motiva non-financiar angajații pag. 236
Teambuilding la birou pag. 239
Înnoirea unui program de recunoaștere pag. 244

3.1.2 Antreprenoriat pag. 246

Poţi deveni antreprenor pag. 246
Trei probleme ale afacerilor nou inițiate
și soluții ale acestora pag. 248
Cum accesezi și implementezi proiecte
cu finanțare europeană pag. 251
Managementul vieții și al resurselor umane pag. 255
Sfaturi cheie în recrutare pag. 257
Proiect de succes sau proiect eșuat pag. 261

3.2 Negociere și vânzări pag. 267

3.2.1 Negociere pag. 267

Timpul în negociere pag. 267
Capacana în negociere - Acceptarea imediată pag. 269
Cum să convingi contra cronometru - Legea coerenței pag. 273
Nonverbal în negocieri - limbajul ochilor pag. 277
Strategii de negociere (pierzătoare și câștigătoare) pag. 281
Limbajul trupului - cât este mit și cât este adevăr pag. 287
Strategie și persuasiune pag. 291
Tehnica întrebărilor în negociere pag. 294
Legea dovezii sociale în negocieri pag. 298
Negocierea în afaceri - cum vând ceva scump pag. 300
Tehnica Presupoziției (cât de ușor ar fi să ...) pag. 303

3.2.2 Vânzări pag. 304

Atitudinea greșită în vânzări pag. 304
Cum să convingi în 5 pași simpli pag. 307
Cum vindem în situații de criză pag. 311
Negocierea salariului în situații de criză pag. 315
Strategii de contracarare a obiecțiilor pag.323

PROIECTUL „FII GENIAL”:

O șansă în plus pentru persoanele aflate în căutarea unui loc de muncă

Proiect cofinţat din Fondul Social European prin Programul Operaţional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013. «Investește în oameni!»

Proiectul a început la 1 noiembrie 2010 şi se desfăşoară pe o perioadă de 24 de luni, până la data de 31 octombrie 2012.

Obiectivul general al proiectului îl constituie „Promovarea şi implementarea unui pachet integrat de servicii de informare, de formare profesională şi de consultanţă/asistenţă în vederea iniţierii unei activităţi independente în vederea atragerii şi menţinerii a cât mai multor persoane aparţinând grupului ţintă pe piaţa muncii.

„Proiectul se adresează persoanelor aflate în căutarea unui loc de muncă din regiunea Bucureşti-Ilfov, indiferent de gen, vârstă, categorie socială, convingeri politice sau religioase, respectând astfel principiul egalităţii de şanse. Persoanele aflate în căutarea unui loc de muncă pot completa începând de astăzi formularul de înscriere de pe site-ul proiectului – www.fii-genial.ro. Dintre aplicanţi va fi selectat un număr de 120 de persoane care vor beneficia de cursuri acreditate, iar 40 de persoane vor beneficia de consultanţă gratuită în vederea demarării unei afaceri.” – Marian Rujoiu

Cui se adresează proiectul?

Proiectul FII GENIAL! se adresează persoanelor din regiunea București-Ilfov aflate în căutarea unui loc de muncă, ținându-se cont de principiul egalității de șanse, membrii grupului ţintă putând participa indiferent de gen, vârstă, categorie socială, convingeri politice sau religioase.

Din grupul ţintă pot face parte, cu valoare de exemplu, următoarele categorii de persoane:

- persoane în căutarea unui loc de muncă
- persoane inactive
- șomeri
- șomeri de lungă durată

○ șomeri peste 45 ani
○ șomeri tineri
○ șomeri de lungă durată tineri

Calendarul proiectului

Etapa 1 - 1 nov 2010 – 1 oct 2012: *Campanie de promovare în regiunea București-Ilfov pentru un număr de 500 de persoane prin intermediul unei cărţi stucturate pe 3 secţiuni* :

- *Secţiunea I – "Angajat sau angajator?"*
- *Secţiunea II – "Angajat"*
- *Secţiunea III – "Persoană independentă"*

Etapa 2 – 1 august 2011 – 30 aprilie 2012: 120 de persoane parte a grupului ţintă vor beneficia de un curs de formare acreditat de către CNFPA

Etapa 3 – 1 august 2011 – 30 aprilie 2012:

○ Furnizarea de servicii de consultanţă pentru începerea unei activităţi independente sau pentru iniţierea unei afaceri pentru 40 de persoane aparţinând grupului ţintă.

○ Consultanţa online se va realiza prin intermediul unui help-desk ce va fi structurat pe patru mari paliere:

- juridic,
- financiar,
- marketing,
- management,

○ Se va acorda feed-back participanţilor atât în format text cât și în format audio-video

Rezultate

○ persoane informate: **500**

○ curs de formare acreditat de către Consiliul Naţional de Formare Profesională a Adulţilor - **120 beneficiari**

○ servicii de consultanţă pentru începerea unei activităţi independente sau pentru iniţierea unei afaceri - **40 beneficiari**

SECŢIUNEA 1 (angajat sau angajator)

CUM POȚI DEVENI REGIZORUL PROPRIULUI VIITOR?

În acest articol îmi propun să dezvălui câteva căi simple prin care poţi atinge excelenţa. Mai jos sunt instrumente practice prin care fiecare dintre noi poate deveni regizorul vieţii sale. Putem aştepta să ni se atribuie un rol de către cunoscuţi, familie, de către o întâmplare sau putem decide noi să regizăm rolul pe care-l vom juca în marele film numit „Viitorul Meu".

Jocul este un cuvânt care ne duce cu gândul la copii. Ei se joacă pentru a-şi alunga plictiseala. Ei nu au încă un job, nu au griji care să-i macine, nu au rate la bancă şi nu cunosc înţelesul profund al unor cuvinte precum: criză, nepăsare, şantaj, şomaj etc.

Cu toţii ne aducem aminte cu plăcere de perioada când ne jucam, probabil fiecare dintre noi având jocul nostru preferat. Interesant este însă că oamenii nu încetează să se joace niciodată. Ne jucăm permanent. Jocurile au de obicei anumite reguli şi urmăresc anumite obiective. Probabili sunteţi puţin nedumeriţi: Cum adică ne jucăm? Noi suntem oameni mari.

Pe măsură ce creştem ne jucăm tot mai mult. Jucăm şi ieşim câştigători sau jucăm şi ieşim pierzători. La primul nivel se află jocurile pe care le acceptăm şi le recunoaştem ca fiind jocuri: jucăm fotbal, jucăm la loto, la pariuri sportive, ne jucăm în viaţa de cuplu (acele jocuri mici şi drăguţe), ne jucăm cu copiii noştri sau ai rudelor noastre.

Apoi urmează un al doilea nivel al jocurilor pe care noi le jucăm permanent. Acestea sunt atât jocurile oamenilor mari, cât şi jocurile copiilor. De exemplu, jucăm un rol al supărării sau jucăm un joc al plictiselii. Mai tot timpul încercăm să atragem pe cineva în el. De exemplu, copiii joacă foarte des jocul nemulţumirii. Ei joacă foarte bine acest joc. De obicei, ei joacă acest rol pentru a obţine ceva. Ne atrag şi pe noi în el, fie că vrem, fie că nu. Scopul jocului lor este să obţină ceva: o îngheţată, o ciocolată, mâncare, o îmbrăţişare sau atenţie. Sunt experţi în asemenea jocuri, iar experienţa ne spune că sunt foarte buni jucători, ei de cele mai multe ori câştigându-le.

Oamenii mari joacă şi ei acest joc al supărării. Se antrenează în familie, apoi urmează viaţa de cuplu, apoi jucăm cu copiii noştri. Şi noi încercăm să jucăm jocul supărării cu copiii noştri. Uneori, aceasta este singura cale prin care putem câştiga. Suntem experţi în a ne juca. Ca orice joc, acesta de multe ori are câştigători, iar nouă ne place să câştigăm şi luptăm din puteri să-l câştigăm.

La nivelul următor apare categoria de jocuri pe care nu le recunoaştem a fi jocuri. Pe acestea le numim: fel de a fi, situaţie, problemă, provocare, obiectiv etc. Ceea ce noi facem zi de zi, fie că acceptăm sau nu, sunt tot jocuri. Aş vrea să luăm câteva exemple pentru a înţelege mai bine.

Jocul Plictiselii

Este jocul pe care foarte mulţi dintre noi îl joacă. Regulile lui sunt destul de precise. Nimic nu trebuie să te bucure, nimic nu trebuie să te facă să zâmbeşti. Permanent găseşti motive pentru care poţi să rămâi plictisit. Este un joc foarte uşor. Uneori încercăm să ne găsim parteneri de joc şi-i invităm şi pe ei să joace acest joc. Simţim că pierdem atunci când nu ne găsim oameni care să joace şi ei acest joc. Când cineva refuză să joace acest joc găsim în acest lucru un motiv de a continua să jucăm jocul plictiselii. Atragem oameni în joc. Iniţial aceştia vor încerca să ne facă să renunţăm la acest joc al plictiselii. Unii reuşesc să ne scoată din acest joc, alţii însă intră şi ei şi-l joacă alături de noi. Satisfacţia este maximă atunci pentru că avem parteneri de joacă. Fiecare dintre noi este un mic expert în a juca acest joc al plictiselii. La un moment dat devine a doua natură a noastră. Începem să vedem în jucarea acestui joc o înţelepciune profundă, o filosofie de viaţă.

Jocul Victimizării

Acest al doilea joc este un joc la fel de interesant. Este jocul care îţi asigură confortul psihic. Pe măsură ce joci acest joc devii un expert veritabil. Ce poate fi mai comod decât identificarea unor răufăcători? Acesta este un joc pe care noi, românii, îl putem juca foarte bine. Regulile lui sunt simple şi uşor de înţeles, iar fiecare eveniment este o ocazie de a-ţi demonstra măiestria. Regula de bază este simplă: reuşesc să-mi găsesc un rol de victimă în această situaţie. Fie că cineva are o realizare sau un eşec, scopul meu în acest joc este să-mi găsesc un rol de victimă. Când am găsit răspunsul, mă liniştesc şi am satisfacţie maximă. Este jocul care te prinde foarte uşor pentru că poţi identifica diverse căi prin care poţi avea satisfacţie zilnică. Te hrăneşti din fiecare

eveniment situaţie sau problemă. Jocul victimizării este un joc pe care merită să-l joci dintr-un motiv foarte simplu: poţi câştiga în fiecare zi. Cu cât vei câştiga mai mult, cu atât vei fi mai motivat să-l continui. După cum observaţi, victimizarea este un joc ce are reguli, poate fi jucat de oricine şi câştigat de oricine.

Asemenea Jocului Plictiselii şi Jocului Victimizării, mai sunt jocuri în care putem intra: Jocul Neputinţei, Jocul „Nimic nu-mi convine", Jocul Iresponsabilităţii, Jocul Dezorganizării, Jocul Vulgarităţii, Jocul Pesimistului. **Acestea sunt jocurile Eşecului**. Dacă joci oricare dintre aceste jocuri îţi asiguri mari şanse pentru insucces. Nu o să ai realizări deosebite, în cel mai bun caz poţi să scapi de un eventual eşec. Pe modelul celor două jocuri de mai sus puteţi descoperi regulile şi beneficiile lor. Evident, uneori poţi juca Jocul Plictiselii, nu este însă obligatoriu să-l câştigi, trebuie să fii foarte bun pentru a-l juca permanent şi să-ţi modelezi comportamentul în fiecare zi.

Jocurile Succesului

Mai sunt o mulţime de alte jocuri pe care le poţi juca. Oamenii de succes, oamenii fericiţi nu joacă jocurile de mai sus. Sunt momente în care ei le încercă, însă refuză să le joace. Mai mult de atât, experienţa noastră şi istoria ne arată că ei aleg să joace alte jocuri. Să nu credem că oamenii de succes sunt persoane care nu se lasă prinşi în jocuri. Şi ei joacă, numai că ei au alte jocuri preferate. Printre jocurile de succes menţionez: Jocul Provocărilor, Jocul Optimistului, Jocul Disciplinei, Jocul Efortului, Jocul Inovaţiei, Jocul Responsabilităţii, Jocul Excelenţei, Jocul Sensului, Jocul Medierii, Jocul Obiectivelor. Jocul Soluţiei, Jocul Antreprenorului, Jocul „Lucrului bine făcut", Jocul Perfecţionării etc.

După cum observăm, sunt foarte multe jocuri pe care le putem juca. Sunt mulţi oameni care le joacă. Probabilitatea de a câştiga aceste jocuri este similară cu jocurile din prima categorie. Şi aici sunt reguli şi beneficii totodată. La fel ca în primul caz, nu este obligatoriu să câştigi.

Când joacă două echipe de fotbal există trei variante: câştigă echipa A, câştigă echipa B sau este scor egal. Eu, Marian Rujoiu, nu pot câştiga şi nici nu pot pierde dacă nu sunt în niciuna dintre echipe. Pot câştiga numai într-un anumit caz, acela în care fac parte dintr-o echipă. Vreau să subliniez un lucru foarte simplu: **şansa de a câştiga un joc este egală cu zero atunci când nu joci acel joc**. Să luăm un exemplu, şi anume Jocul Efortului.

Jocul Efortului

Jocul Efortului este un joc foarte greu. Nu-l poate juca oricine dintr-un motiv foarte simplu: nu are un câştig imediat. Este jocul unde trebuie să depui efort şi poate dura luni sau chiar ani până a-l câştiga. Dacă în simplul joc al plictiselii regulile erau foarte simple şi câştigurile imediate, jocul efortului este unul cu miză îndepărtată de cele mai multe ori. Şi, ca orice joc, poţi să-l joci, însă nu-i obligatoriu să-l câştigi. Am ales exemplificarea acestui joc drept joc al succesului tocmai din acest motiv, anume că este foarte greu. Multe jocuri pot fi inutile dacă nu joci şi acest joc în paralel.

Efortul nu este singurul joc prin care poţi atinge excelenţa, de multe ori însă el devine o condiţie. Chiar şi oamenii cu talent spun că e nevoie de efort pentru ca performanţele lor să fie vizibile. Exemplul cel mai clar este al jucătorilor sportivi. Oricât talent ar avea aceştia, fără efort nu pot câştiga medalii. Putem să nu fim de acord cu procentul 99% transpiraţie şi 1% talent pentru a avea succes, însă orice procent am avansa, categoric vom aloca un procent ridicat efortului. Întrebarea este simplă: *vrei să joci jocul efortului*? Jocul efortului poate fi şi el un joc plăcut. Nu este obligatoriu să-l jucăm permanent, însă, ca probabilitate, cu cât îl vom juca mai mult, cu atât şansele de a realiza ceea ce ne-am propus cresc.

Până la urmă **ţine de alegerea fiecăruia ce jocuri este dispus să joace**. Pentru cei care au o minimă disponibilitate de a încerca jocul efortului voi explica pe scurt şi de ce este important acest joc pentru a atinge excelenţa.

Există niveluri ale competenţei, capacitatea de a face un anumit lucru. În funcţie de cât de bine faci un anumit lucru poţi fi considerat competent sau incompetent. La fel, dacă discutăm din punct de vedere al abilităţilor, tot la competenţă ajungem. Putem să ne cramponăm în diferenţa dintre competenţă şi abilitate. Acestea, însă, de cele mai multe ori se confundă. Când mă refer la competenţă, mă refer inclusiv la abilitatea de a face un anumit lucru.

Voi descrie nivelurile competenţei prin prisma unui exemplu, acela al şofatului

Treapta I – Incompetenţa Inconştientă

Exemplul oamenilor din triburi care nu au văzut niciodată o maşină sau un şofer. Aceştia **nu trebuie să depună niciun efort**, nu trebuie să se organizeze în niciun fel. Ei nici măcar nu ştiu că nu ştiu să şofeze.

Treapta II – Incompetenţa Conştientă

Vin în vizită la trib oameni cu o maşină. Ei îşi dau seama că nu ştiu să şofeze. Ei sunt conştienţi că nu deţin competenţa de a şofa. Ei nu deţin măiestria de a şofa, iar la prima vedere vor observa o mulţime de butoane despre care nu ştiu la ce folosesc. Dacă se vor urca la volan şi vor încerca să conducă, îşi vor da seama că **este nevoie de efort** pentru a învăţa.

Treapta III – Competenţa Conştientă

Competenţa conştientă este este atunci când un om din trib începe şcoala de şoferi. El conduce şi devine conştient de competenţele sale. El va fi conştient că, spre deosebire de colegii de trib, este mult mai competent în a şofa. El este conştient că are anumite competenţe. Competenţa poate fi mai mare sau mai mică. El este însă conştient că poate să conducă. **El depune un efort** mai mare sau mai mic pentru a învăţa. „Nimeni nu s-a născut învăţat" este o zicală care are mai mult înţeles decât oricând. El poate renunţa sau poate persevera până deprinde pe deplin competenţele şofatului. El este conştient acum că are anumite competenţe. El dă examenul şi totuşi nu este un şofer excelent. Poate fi cel mult unul bun în unele cazuri.

Treapta IV – Competenţa Inconştientă

Această treaptă este cea a exerciţiilor. El exersează ce a învăţat. De fiecare dată când conduce **depune un efort pentru a deveni mai bun**. Este nevoie de mult efort şi perseverenţă. El deprinde o îndemânare şi devine din ce în ce mai competent. După o sută de ore de condus competenţa lui conştientă se transformă într-una inconştientă. El nu se mai gândeşte acum că trebuie să bage în viteză sau că trebuie să pună frână sau că trebuie să semnalizeze. Toate aceste lucruri devin pentru el intuitive. El nu se mai gândeşte la competenţele pe care le are, ci le foloseşte intuitiv. A fost nevoie de mult efort, multe repetiţii şi mult exerciţiu pentru a ajunge în acest punct.

Treapta V – Excelenţa Competenţei

Mulţi dintre oameni rămân la treapta a III-a. Ei nu reuşesc să treacă la „asimilarea competenţei". Alţi oameni, conştient sau nu, trec la competenţa inconştientă. Ei trec la această etapă fie că şi-au propus, fie că nu. Uneori trecem mai repede la această etapă întrucât „ni se potriveşte" şofatul. Avem în noi o energie şi o încredere care ne trec rapid la treapta a IV-a, anume competenţa inconştientă. Locul cel mai comod este aici, pe treapta a IV-a. Am scăpat de stres şi am deprins competenţe pe care le folosim inconştient. Întrebarea firească ar fi următoarea: „Şi ce... nu-i de-ajuns?" Răspunsul este simplu: poate fi de ajuns! Nu ai atins însă excelenţa. Excelenţa înseamnă să mergi mai departe. Excelenţa înseamnă să „redevii" conştient de competenţele tale şi să le antrenezi. Să le antrenezi permanent şi să le îmbunătăţeşti. Este treapta în care oamenii buni devin foarte buni. Pentru exemplul de mai sus cu şofatul, putem spune că mulţi oameni pot conduce bine, însă foarte puţini devin piloţi de curse. Piloţii de curse sunt aceia care au ales să se antreneze şi să-şi exercite abilităţile. Adevăratul efort abia acum apare. Este cazul tuturor celor care au făcut performanţă. Aceştia au ales să-şi îmbunătăţească competenţele, chiar dacă acestea au devenit inconştiente. Este cazul piloţilor şi al tuturor sportivilor în general. Ei mai fac ceva în plus. Exersează pentru menţinere, astfel că efortul lor are un dublu rol, acela de a menţine şi acela de îmbunătăţi. Această treaptă a excelenţei se aplică în orice domeniu: în afaceri, în teatru şi film, în pictură sau în carieră.

Revenim acum la jocul efortului. Pentru a atinge excelenţa observăm că a juca jocul efortului devine aproape obligatoriu. Vrei excelenţă? Este simplu: înainte de toate trebuie să joci jocul efortului. Avem de-a face un cerc nu vicios, ci virtuos, în care efortul naşte excelenţa, iar pentru menţinerea excelenţei este nevoie de efort. Premiul în jocul efortului este excelenţa, iar miza este succesul, aşa cum îl înţelege fiecare.

Poţi alege să joci jocul plictiselii, al victimizării sau jocul efortului. Fiecare joc implică avantajele sau dezavantajele lui. Nu te aştepta însă să participi la un concurs de maraton şi să ieşi pe locul întâi la săritura cu prăjina. Joci jocul plictiselii, câştigi plictiseală şi tristeţe. Joci jocul victimizării şi câştigi statutul de victimă. Joci jocul efortului şi câştigi Excelenţă. Nu ai cum să joci jocul plictiselii şi să câştigi energie, ci numai în cazuri cu totul întâmplătoare, care nu sunt rezultatul jocului tău, ci al întâmplării.

De exemplu, dacă întâmplător joci jocul plictiselii şi vrei să schimbi ceva, poţi alege să joci jocul sensului. Dacă vrei energie de lucru, trebuie să încetezi să mai joci jocul pesimistului, şi să joci jocul optimistului. Dacă eşti dezorganizat, poţi alege să joci jocul obiectivelor şi poţi câştiga o direcţie sau o focalizare mai bună.

Putem aduce o mie de critici acestui mod de a privi lucrurile, anume ca joc. Poate că este prea realist sau „suprarealist" că trăim într-o lume a jocurilor. Poate aşa şi este. Privind însă în jurul nostru, observăm că cei care au jucat jocul antreprenorului au deschis o afacere care merge mai bine sau mai rău, observăm că cei care au jucat rolul optimiştilor au câştigat mai mult decât cei care au jucat rolul pesimiştilor. Vă propun măcar pentru o vreme să încercaţi să jucaţi un joc nou, poate fi un joc al bucuriei, al optimistului sau al efortului. Am o convingere, anume că fiecare poate alege ce fel de joc vrea să joace şi poate spune totodată stop unui joc ce nu-i aduce nimic bun.

Eu cel mai adesea joc jocul provocărilor, al efortului, al optimistului. Au fost şi situaţii în care am jucat Jocul Neputinţei sau al Victimizării. Pe măsură ce jucam mai mult aceste jocuri, era mai greu să ies din ele, pentru că mă obişnuiam cu ele. N-am reuşit să rezolv nimic bun jucând aceste jocuri. Când am decis să ies din ele şi să joc Jocul Soluţiilor sau Jocul Responsabilităţii, au apărut rezultatele. În final, depinde ce vrem şi ce riscuri suntem dispuşi să ne asumăm. Este un joc prea mare pentru tine sau prea greu? Este în regulă! Trebuie numai să fii conştient că nu poţi câştiga un joc decât dacă joci jocul respectiv.

Testează şi oferă-mi feedbackul tău pe manager@traininguri.ro . Dacă ai nevoie de sfaturi şi ţi-ai propus să joci un joc şi ai nevoie de mai multe indicaţii, te voi sprijini. Resursa cea mai importantă eşti chiar tu, care alegi să joci un anumit joc şi eşti dispus să depui un efort în acest sens. Mi-ar plăcea să primesc feedbackul, fie că joci deja aceste jocuri şi funcţionează, fie că ai decis să încerci un joc nou.

Pentru cei care vor să aprofundeze aceste jocuri vă recomand Jocurile Experţilor în Afaceri, o carte excelentă scrisă de Michael Hall.

Scris de Marian Rujoiu și Raluca Rujoiu

CUM SĂ-ȚI OFERI CEEA CE MERIȚI? – DECALOGUL AUTOÎMPLINIRII!

Ne comportăm ca și cum am trăi mii de ani! În sine, fiecare zi nu înseamnă foarte mult, însă adunate, aceste zile reprezintă chiar viaţa noastră. Cotidianul, problemele mărunte ne prind în malaxorul lor de parcă am fi teleghidaţi! Timpul nu poate fi recuperat, el trece, fiecare moment este unic! Ne bucurăm de viaţă prea puţin și amânăm mult prea mult lucrurile cu adevărat importante pentru noi!

Fie că ai 18, 20, 45, 55 sau 65 de ani, niciodată nu este prea târziu. Cu cât mai devreme, cu atât mai bine. Cu siguranţă pe patul de moarte nu-ţi vei fi dorit să fi petrecut mai mult timp la birou. Este bine să avem o carieră care ne oferă satisfacţii emoţionale și financiare! Este frumos să fim în căutarea succesului, însă totul capătă sens numai în momentul în care ne acordăm nouă atenţia cuvenită. Mulţi oameni își fac din bani un scop și consideră că atunci când o să-i aibă o să fie cu adevărat fericiţi! Realitatea ne contrazice, banii sunt numai o necesitate pentru satisfacerea unor nevoi, fericirea însă vine din interior, din ceea ce simţim, din ceea ce facem zi de zi, din savurarea fiecărui moment. Mulţi oameni așteaptă să ajungă la 50 sau 60 de ani pentru a realiza că nu și-au acordat lor suficientă atenţie și abia atunci încep să aducă un echilibru în viaţa lor.

Avem facturi de plătit, chirii, rate etc., nu putem face abstracţie de aceste lucruri! Trebuie să facem ceva în acest sens, trebuie să avem o sursă de venit! În momentul în care trăim doar pentru a plăti facturi, lucrurile se complică. Plecăm teleghidaţi la serviciu, așteptăm să se termine programul, intrăm din nou în trafic, ne enervăm, ajungem acasă, ne uităm la știri, ne salutăm familia pe scurt, mâncăm în grabă, apoi ne uităm la un film și ne culcăm. A doua zi ne trezim din nou posomorâţi și o luăm din nou de la capăt. O dată pe an încercăm printr-un concediu să ajungem la un echilibru, este însă mult prea puţin!

Câte zile din viaţa ta arată așa? Întreb din nou: **Câte zile din viaţa ta sunt teleghidate, parcă trase la Xerox?**

Este paradoxal, acordăm mai multă atenţie facturilor, părerilor celorlalţi, bârfelor, traficului! Un lucru îl facem bine, și anume să ne scuzăm că nu avem timp pentru noi. **Acest talent numit ”scuzenie” este arma noastră finală, atât faţă de noi, cât și faţă de ceilalţi**. Suntem

buni, ne scuzăm, ne victimizăm și ne reluăm fiecare zi monotonă de la capăt. Nu ne oferim minţii noastre nici măcar o oportunitate, nu încercăm să ne dăm nici măcar o șansă, iar dacă dăm o șansă, este una a amânării! Amânăm și ne scuzăm ca și cum am trăi mii de ani! Probabil ai înţeles și simţi că ai doar o viaţă! Uită-te în urmă, poate totuși vezi și lucruri bune, iar în acest caz este minunat!

Te gândești cumva să îţi oferi șansa de a-ţi oferi mai mult? **Ai putea să-ţi permiţi să strălucești?** Da, este greu, iar scuzenia sub pretextul lipsei de timp duce la amânare, la lipsă de atenţie! Ne scuzăm, ca și cum ar fi vorba de altcineva! **Provoacă-te și adu lucruri bune în viaţa ta!** Prima întrebare ar fi**: Care sunt lucrurile bune în viaţa ta și ce poţi aduce bun în plus!**

Sunt grădinari strălucitori, care au grjă de răsaduri, smulg buruienile sufocante și le udă! Grădinarii speciali vor vorbi cu seminţele, cu răsadurile și se vor preocupa zilnic de creșterea florilor! Pentru ei este o artă. Grădinarii vor smulge orice buruiană care ar putea face rău plantelor, vor sădi noi soiuri și le vor crește apoi! Sunt mulţi grădinari fericiţi, ei în permanenţă se ocupă de grădina lor, de trandafiri, de lalele, ghiocei, crizanteme etc. Secretul constă în atenţie, implicare, smulgerea buruienilor, pregătirea și întreţinerea solului și hrănirea florilor! Grădinile cu flori sunt impresionante, te relaxează , te binedispun și îţi oferă energie!

Cum arată grădina minţii tale? Cum sunt gândurile și experienţele tale? Ce faci în acest sens? Sunt în grădina minţii tale mai multe buruieni decât flori? Au sufocat oare buruienile frumoasele flori sau poate nu mai sunt nici măcar flori? Buruienile pot reprezenta grijile, stresul și lucrurile neimportante, chiar sufocante! Poate amânăm smulgerea buruienilor! Putem ajunge în stadiul în care ne putem convinge că noi nu creștem flori, ci buruieni sufocante! Ne uităm la ele ce mari și frumoase cresc, le admirăm și contemplăm! Aceste buruieni sunt frumoase, atât de frumoase încât le arătăm și celorlalţi, ba chiar încercăm să-i convingem și pe ei să planteze asemenea buruieni! Încearcă pentru câteva clipe să te gândești la viaţa ta, la flori și la buruieni! Oare florile tale ce mai fac, sunt culcate la pământ? Nici nu ne mai amintim bine de ele! Poate că mai sunt pe undeva, însă efortul este prea mare pentru a avea o grădină a minţii minunată!

Poate totuși simți și-ți imaginezi că ai putea face mai mult pentru tine, poate poți să devii cea mai importantă persoană din viața ta! Mai jos găsești 10 căi pe care le poți urma, doar dacă simți că ți se potrivesc și îți dorești acest lucru! S-au scris milioane de pagini pe această temă, va fi greu să surprind totul pe scurt, consideră, te rog, aceste căi drept un prim pas pe care-l poți face tu în relația ta cu tine!

Cele 10 căi

Hrănește-ți grădina minții cu informații/cunoștințe sau experiențe plăcute. Poți începe să mai citești. Dacă ar fi să-ți recomand o carte cu care să începi aceasta ar fi Robin Sharma – „Călugărul care și-a vândut Ferrariul", publicată la editura Vidia (www.vidia.ro). Poate nu ai un Ferrari și nu trebuie să vinzi nimic după ce citești cartea! Cartea îți oferă mai mult, vei găsi în ea obiceiuri și ritualuri care te pot face mai fericit, mai împlinit! Urmează-le timp de 21 de zile!

Reflectează timp de douăzeci și una de zile asupra a ceea ce faci zilnic. Seara, timp de cinci minute, fă o retrospectivă cu lucrurile pe care le-ai făcut și pune-ți câteva întrebări: *Ce am făcut astăzi? Ce am făcut pentru mine? Ce aș putea aduce bun în viața mea? Cu ce anume am hrănit grădina minții mele? Ce semințe noi am plantat? Ce am făcut pentru ceilalți, ce aș putea face mai bun?* Nu sunt neapărat importante răspunsurile, cât sunt întrebările! Întrebările, în primul rând, ne vor face conștienți că a mai trecut o zi din viața noastră, o zi irepetabilă în care am făcut, gândit și simțit anumite lucruri! Încercați 21 de zile, iar apoi dacă vă simțiți confortabil continuați acest demers! Va fi un demers în care vă cunoașteți mai bine și o modalitate prin care puteți păstra ce este bun în viață și elimina ce este rău.

Simplifică-ți viața și bucură-te de fiecare clipă. Bucură-te când vezi un copil râzând, bucură-te când simți ceva bun, când râzi sau când vezi un lucru bun! Bucură-te când vezi oameni fericiți, bucură-te de o discuție, de o ceașcă de ceai sau de orice alt lucru mărunt! Dacă nu ești capabil/ă să te bucuri de lucrurile mici, paradoxal, va fi greu sau imposibil să te bucuri de lucrurile mari! Viața te pune în fel și fel de situații, unele poate mai puțin așteptate și lipsite de sens! Privește totul prin lentila bucuriei și savurează fiecare clipă timp de 21 de zile.

Ieși din starea de confort! Provoacă-te! Nu facem multe lucruri pentru că ne este mai confortabil și mai comod să nu le facem! Fă lucruri pe care ai fost tentat să le faci, dar nu le-ai făcut, încearcă să-ți învingi temerile și încearcă lucruri noi! Experimentează și îmbunătățește-ți grădina minții cu noi experiențe! Oferă-ți ocazia să faci lucruri pe care

nu le faci de obicei pentru că eşti prins în malaxorul cotidianului! Gândește-te în fiecare zi la un lucru nou pe care l-ai face! Nu este nevoie neapărat să fie lucruri extraordinare, poţi să încerci şi lucruri simple, precum a gusta o nouă băutură, a vizita un loc nou sau un muzeu, fă-ţi o coafură diferită! Mergi la conferinţe sau întâlniri atipice, experimentează terapii complementare! Fă acele lucruri pe care le-ai amânat! Sunt o mulţime de lucruri care pot fi făcute cu bani puţini sau chiar fără niciun ban! Trebuie să investești în primul rând măcar câteva minute în fiecare zi! Cu siguranţă va fi o investiţie profitabilă! Ceașca sufletului este plină de rutină, prejudecăţi şi griji! Dacă vei încerca să torni în ea, va fi în zadar, fără efect! Mai întâi golește această ceașcă, măcar pentru o vreme, şi pune în ea numai lucruri minunate, pune lucrurile pe care le meriţi!

Scoate buruienile din grădina minţii tale! Buruienile, pot fi „prieteni" care te storc de energie sau oameni care îţi spun că nu poţi! Cele mai importante buruieni sunt de fapt gândurile tale negative, pe care le alimentezi constant! Aceste senimente sunt derivate ale victimizării şi neputinţei! Acestea sunt jocuri ale minţii tale care te rod în fiecare zi! Poţi să devii atât de bun/ă în a te victimiza, încât ajungi în punctul în care îţi faci un mod de viaţă din acest lucru! Imaginează-ţi că ai ajuns la finalul vieţii tale şi întreabă-te: aş fi putut face altceva? M-a făcut fericit acest rol al victimei? Atât am putut?

Udă și îngrijește ceea ce ai bun! Dă o atenţie sporită hobbyurilor tale şi pune-ţi în practică abilităţile şi talentele! Pune aceste lucruri atât în slujba ta, cât şi a celorlalţi! Gândește-te la misiunea ta, la rolul tău în viaţa ta şi a celorlalţi. Einstein spunea că ce faci pentru tine este trecător, însă ce faci pentru ceilalţi rămâne pentru eternitate! Dezvoltă-te pe tine ajutându-i pe ceilalţi, oferă-le curaj, energie şi sprijin! Fă puţină mișcare, ai grijă la alimentaţie! Oferă-ţi atenţie ţie, familiei şi celor din jurul tău! Dezvăluie potenţialul din tine şi permite-ţi să străluceşti! Schimbarea şi strălucirea vin din interior şi sunt de durată!

Vizualizează un viitor luminos! Forţa vizualizării îţi oferă energie pozitivă şi rezultate! Proiectează-ţi, asemenea unui film, cum arată viitorul tău! Proiectează imagini pozitive şi luminoase! Încearcă să te vezi pe tine plin de energie, de încredere, de gânduri pozitive! Încearcă să te vizualizezi având un sentiment de împlinire şi autorealizare! Proiectează şi vizualizează rezultatul. Vizualizează în detalii cât mai precise, cu sunete, imagini şi lumini! Pe măsură ce vei vizualiza, vei avea o imagine mai frumoasă a viitorului! Surpriza va fi că, pe măsură ce vei repeta acest proces, îţi va fi din ce în ce mai clar ce ai de făcut pentru a ajunge acolo. Atunci când cunoşti destinaţia, vei identifica o mulţime de căi pentru a ajunge acolo! Vei realiza astfel care sunt lucrurile cu

adevărat importante pentru tine și vei face ceva în acest sens! Va fi asemenea unui soare care îți luminează drumul! Rezultatele vor fi magnifice, vei observa schimbări după câteva zile! O să-ți placă atât de mult când vei vedea rezultatele astfel încât vei folosi forța vizualizării în multe alte aspecte ale vieții tale!

Adu în viața ta, în gândurile, sentimentele și acțiunile tale energie pozitivă! Adu în biroul sau în casa ta flori care-ți plac! Aprinde bețișoare parfumate! Citește o carte bună, evită știrile negative, stai de vorbă cu oameni fericiți și împliniți! Adu în fiecare zi din viața ta cel puțin un lucru pozitiv! Poți să încerci să folosești și mantre pentru a fi mai energizat și pozitiv! Mantra, repetată în fiecare zi timp de câteva minute, generează sentimente plăcute. Poți alege una din următoarele mantre: *„Sunt energizat, bucuros și fericit!", „Mă simt din ce în ce mai puternic și mai capabil", „Fiecare celulă a corpului meu este o celulă a împlinirii, a energiei și a succesului! Simt cum puterea vine din interior! Sunt un izvor de energie și iubire".* Alege una sau două din ele, rostește-le în gând sau cu voce tare minute în șir! Alege și momente în care este liniște, poți însă să profiți și de timpii morți din trafic, atunci când aștepți pe cineva etc.! Vei simți rezultate deosebite după trei-patru zile și, pe măsură ce avansezi spre a 21-a zi, vei simți puterea mantrelor!

Revenind cu picioarele pe pământ ne putem gândi la facturile pe care trebuie să le plătim! Poate ar fi interesantă o călătorie în Tibet, până ajungem acolo, avem facturi de plătit, rate, telefoane etc.! Poate unele dintre ele sunt inutile, neaducând nimic bun în viața noastră, însă este o altă discuție! Până ajungem acolo avem un serviciu, fie ca angajat, fie ca angajator! **Vestea bună este că fiecare dintre cele 8 căi de mai sus poate fi aplicată și la job!** Nu ne oprește nimic să transformăm mersul la serviciu în momente de bucurie, de împlinire, de a încerca lucruri noi! Meditează asupra fiecărei căi și vei găsi căi precise pentru a transforma ceea ce faci în lucruri pozitive! Locul de muncă este un loc în care te poți cunoaște mai bine, un loc în care te poți dezvolta sau poți ajuta alți oameni! Este un loc în care te poți bucura sau unde poți vizualiza! Este posibil să existe anumite constrângeri, totuși nimic nu te oprește să schimbi locul de muncă cu prima ocazie! Timpul petrecut la serviciu poate fi un lucru plăcut rămânându-ți ca alternativă chiar transformarea hobbyului într-o afacere!

Ține un jurnal cu însemnări! Scrie în el despre progresul pe care-l înregistrezi, poți scrie în el gândurile care ți-au trecut prin minte sau sentimentele pe care le-ai încercat. Notează-ți pe scurt! Poți să scrii orice în el, inclusiv despre lucrurile pe care le apreciezi sau pentru care ești recunoscător. Am pierdut poate ani, prinși în malaxor. A urma aceste

căi 21 de zile poate reprezenta pasul către o viaţă fericită şi una împlinită! Este important să fii puţin focalizat pe aceste căi în această perioadă, câştigul însă va fi nemăsurat! Doar 21 de zile! Alternativ la varianta clasică de a scrie într-o agendă sau caiet, poţi să foloseşti calculatorul sau chiar un blog! Permite-ţi să strălucești și bucură-te de viaţă!

Cu siguranţă aceste 10 căi nu sunt limitative, mai sunt multe lucruri de spus, de imaginat, de simţit sau de văzut! Fiecare își poate găsi propria cale, propriul ritm și poate motiva alţi oameni să aducă în viaţa lor bunăstare, echilibru și împliniri! Urmează cele 10 căi timp de 21 de zile, timpul minim necesar ca o acţiune să devină un obicei! Poţi continua acest obicei și după! Eu îmi doresc din inimă să-ţi formezi obiceiul de a străluci mai mult, de a te simţi mai bine și de a obţine tot ce-ţi dorești!

Cu energie pozitivă,
Marian Rujoiu și Dan Lambescu

DE CE APARE EŞECUL SAU CUM SĂ EŞUEZI CU SUCCES!

Dacă nu eşti foarte interesat de cum poţi obţine succesul, acest articol te va învăţa cum să eşuezi cu succes**.**

O sa găseşti mai jos FORMULA EŞECULUI! Poate nu toţi ne dorim succesul cu tot dinadinsul, poate ne putem mulţumi doar cu evitarea eşecului! Vei vedea mai jos cum trebuie să te comporţi pentru a înregistra eşec! Evident, vei transpune apoi intuitiv cum trebuie să te comporţi pentru a evita eşecul!

De sute de ani, oamenii încearcă să afle care este formula succesului. Au curs mii de pagini pe marginea acestui subiect şi o să se mai scrie în continuare. Fiecare autor are o metodă, pe care o prezintă ca miraculoasă, aduce argumente şi dovezi în acest sens. În acest articol nu ne vom ocupa de acest lucru, evident şi eu am o părere în acest sens, la fel ca şi tine de altfel. Aici, voi prezenta două căi sigure prin care tu să poţi înregistra eşec după eşec! Oare aplici deja această formulă? Te invit să parcurgi rândurile următoare, urmând ca la final să tragi singur concluziile!

Prima regulă a eşecului: Fii consecvent şi repetă-ţi greşelile!

a. De câte ori greşeşti consolează-te cu gândul că a greşi este cât se poate de omeneşte.

b. Începe rapid prin a da vina pe ceilalţi, pe context, pe situaţie sau pe complexitatea problemei.

c. Fii obiectiv şi nu-ţi asuma niciun fel de responsabilitate! Până la urmă, dacă stai bine să te gândeşti nici măcar nu ai greşit, ci a fost doar o situaţie dificilă!

d. Nu încerca nici un moment să afli de ce ai greşit, încearcă să uiţi, fii un om tare, care trece cu succes peste greşelile sale!

e. Stai de vorbă cu tine sincer şi descoperă astfel cum că nici nu puteau ieşi lucrurile mai bune de atât, pentru că nu depinde de tine!

f. Convinge-te că tu ai fost singurul care a acţionat raţional, toţi ceilalţi au procedat greşit, fără să mai aducem vorba de context, care a fost complet defavorabil!

g. Acum că te-ai liniştit, felicită-te pentru prestaţia ta.

h. Nu te gândi nicio clipă că ai fi putut face ca lucrurile să iasă mai bine!

i. Nu-ţi asuma nicio vină sau vreo responsabilitate.

j. Orice om serios este şi consecvent! Încearcă să ţii minte acest eşec şi data viitoare când ai ocazia procedează la fel, ştii bine doar că ai făcut cel mai bun lucru posibil şi data trecută!

k. Trebuie să ai viziune şi să ai puterea să repeţi aceeaşi acţiune sperând că de data asta vei avea rezultate mai bune!

l. Nu schimba nimic, procedează la fel, lasă-te convins de viziunea ta care-ţi spune că de data asta lucrurile vor ieşi mai bine!

m. Luptă până la capăt, chiar dacă a doua oară lucrurile ies prost! Tu din nou ai făcut tot posibilul!

n. NU cumva sa îţi pui întrebarea**: Eu ce puteam face sau ce puteam schimba pentru ca lucrurile să iasă bine de această dată?** Întrebările de acest gen sunt superficiale şi nerealiste, sunt mai mult pentru filozofi, nu pentru tine!

o. Dă dovadă de perseverenţă şi acţionează la fel şi a treia oara!

p. Ai o mentalitate de învingător şi de om care nu renunţă, dacă nu a ieşit nici prima oară, nici a doua oară, sunt şanse mari să iasă a treia oară!

r. Procedează la fel şi a treia oară şi a patra oară şi felicită-te din nou. Ai trecut cu succes peste aceeaşi greşeală de trei ori!

s. Întreabă-te: *Cine ar fi putut rezista la fel de mult ca şi tine!*

A doua regulă a eşecului: Succesul de cele mai multe ori este destinaţia către eşec!

a. De ce să trăieşti cu iluzia succesului, când eşecul este mai concret şi mai la îndemână?

b. Tocmai ai făcut ceva şi ai avut succes! Fii mândru de tine! Nu te întreba nicio clipă *De ce am avut succes?* Nu te gândi nicio clipă ce anume din tine a contribuit la realizarea acestui succes!

c. Fii plin de tine, chiar puţin arogant, doar ai reuşit!

d. Nu te întreba cum ai putea face să ai succes din nou!

e. Nu profita de ocazie să afli care-ţi sunt punctele forte!

f. Nu-ţi aprecia succesul, ar însemna să te lauzi singur, iar acest lucru nu-i frumos!

g. Nu te plasa pe tine în situaţie, pentru a afla ce anume din context te-a ajutat să reuşeşti.

h. Eventual, consideră o excepţie ceea ce ţi s-a întâmplat, nu încerca să tragi nicio concluzie!

j. Dacă ai o zi mai bună, în care eşti eficient şi ai spor, nu te întreba *Ce anume ai făcut ca acea zi să fie bună?*

i. Dacă ai o altă zi în care lucrurile merg ca unse, nu te bucura de acest lucru, pentru că urmează cu siguranţă să se întâmple ceva rău!

k. Dacă nu s-a întâmplat încă nimic rău, tu ai răbdare, e doar o problemă de timp să apară ceva rău!

l. Ştii foarte bine că dacă lucrurile merg prea bine ceva este în neregulă. Intră rapid în panică şi schimbă metoda!

m. Nu încerca să menţii „starea de succes" pentru că este mai important eşecul care te aşteaptă din moment în moment!

După cum observi mai sus, ai două căi sigure de a eşua cu succes. Aplicându-le constant, vei devenii un campion al EŞECULUI! Reţine aşadar că există o manieră unică de a repeta o greşeală şi aplic-o cu măiestrie, iar pe de altă parte te sfătuiesc să nu înveţi nimic din succesele pe care le ai, pentru că acestea sunt pur întâmplătoare! Comportă-te aşa dacă vrei să ai eşec şi invers dacă vrei să eviţi eşecul - acesta putând fi primul pas către succes!

Scris de Marian Rujoiu și Cristina Raţiu

JOCUL OPTIMISTULUI

Putem să fim mai mult sau mai puţin optimişti. Putem să fim mai degrabă pesimişti. Sunt mai uşor de găsit şi motivele pentru a fi pesimist.

Fiecare dintre noi se angajează într-un joc, fie al optimistului, fie al pesimistului. Jucând rolul pesimistului este mai uşor dar, încet-încet, vom vedea viaţa din ce în ce mai gri, la un moment dat chiar în negru. Poţi să alegi să joci rolul pesimistului şi vei avea câteva şanse de a-ţi ruina semnificativ viitorul. Acum depinde de fiecare ce-şi doreşte!

Nu este obligatoriu să fim cu toţii de acord. Putem, însă, toţi să constatăm „dezavantajele" pe care le aduce cu sine o atitudine pesimistă. O listă scurtă a dezavantajelor imediate este următoarea:

Pesimistul:

- *renunţă mai uşor*
- *are energie mai puţină*
- *riscă prea puţin*
- *este de prea multe ori trist*
- *identifică mai greu oportunităţile din jur*
- *are mai puţini prieteni şi este evitat adeseori*
- *zâmbeşte mai puţin*
- *nu caută talentul din fiecare om*
- *nu caută nici talentul său*
- *nu are încredere în forţele proprii*
- *este mai „stresat"*

Ştiu că fiecare dintre dumneavoastră, când citiţi aceste rânduri, găsiţi şi argumente pentru care merită să fii pesimist. Aveţi dreptate, **este mai uşor să fii pesimist**. Vă puteţi complace în situaţii aparent fără ieşire, daţi vina pe situaţie, pe context etc. Într-adevăr, e mai uşor să fii pesimist.

Să fii optimist nu-i tocmai uşor, pentru că aveţi datoria să căutaţi soluţii permanent, să vă păstraţi umorul, să credeţi în puterile dumneavoastră, să credeţi şi să simţiţi că puteţi primi şi oferi mai mult.

Este mai greu să fiţi optimist, este însă mai plăcut. ***Simţi că trăieşti, simţi că poţi să zbori, eşti mai fericit. Te bucuri mai mult, te bucuri de ce ţi se întâmplă.***

Atunci când dai o dată cu un zar, probabilitatea de a da 6 este de 16.66%, iar dacă dai de trei ori probabilitatea de a da o dată 6 este de 50%. Prin urmare, optimistul este orientat spre a arunca de trei ori cu zarul. Un pesimist se gândește că probabilitatea este mică dacă aruncă o dată cu zarul, deci nu ar mai avea nici un sens să facă asta. În cel mai bun caz, încearcă o dată.

Vreau să simţiţi că merită să fiţi mai optimişti, pentru că este important să înţelegeţi că veţi câștiga foarte multe lucruri.

Evenimentele mici, negative trebuie să le priviţi ca pe ușoare obstacole care pot fi depășite. Trebuie însă să vizualizaţi rezultatul, succesul și satisfacţia ascunse la mijloc sau la final. Chiar și un *eșec* poate fi privit ca o ***experienţă de învăţare***. **Optimismul te protejează și îţi crește imunitatea**, uneori chiar și cea fiziologică. Sunt studii care demonstrează acest lucru. Cu siguranţă însă vă va crește imunitatea în faţa evenimentelor negative.

Sunteţi ceea ce gândiţi! Aveţi grijă ce gândiţi, pentru că gândurile dumneavoastră pot deveni vorbe, iar vorbele devin fapte. S-au făcut mii de experimente care demonstrează că modul în care gândiţi vă influențează viaţa. Optimismul este asemenea unui magnet care atrage lucrurile bune în viaţa dumneavoastră. Nu de puţine ori observăm că oamenii optimiști au mai mult succes. De ce oare? Știm încă puţine lucruri despre cum funcţionează creierul, cunoaștem însă mai mult efectele pentru că ne este mai ușor să le observăm.

Vă propun să încercaţi o vreme să jucaţi rolul optimistului. Veţi vedea rapid rezultate. Viaţa personală și profesională vi se pot schimba radical. Pentru început, puteţi face câteva lucruri simple, cum ar fi:

- *ori de câte ori întâlniţi un obstacol, zâmbiţi și acţionaţi*
- *încercaţi, ori de câte ori aveţi o problemă, să găsiţi un lucru bun în mijlocul acelui rău*
- *jucaţi-vă cu imaginaţia dumneavoastră. Imaginaţi-vă că sunteţi o fire optimistă. Imaginaţi-vă pe dumneavoastră o persoană optimistă căreia i se întâmplă lucruri minunate.*

Henry Ford spunea: **Dacă tu crezi că nu poţi, ai dreptate; dacă tu crezi că poţi, din nou, ai dreptate**. Puteţi să aveţi încredere în dumneavoastră? Puteţi să credeţi că vi se pot întâmpla lucruri bune? *Acesta este cel mai frumos cadou pe care vi-l puteţi face*. Să jucaţi o vreme jocul optimistului. Renunţaţi la văicăreli și acţionaţi! **Bucuraţi-vă de viaţă și experimentaţi un comportament optimist! Merită din plin!**

Sper că acest mic articol a reușit să vă pună puţin pe gânduri. Sper să simţiţi că se poate mai mult, sper să simţiţi că merită încercat. Optimismul vă va aduce în viaţă **zâmbet, fericire și bucurii**, nu vă costă nimic să încercaţi.

Zâmbiţi, urmează o nouă zi plină de experienţe de învăţare și de lucruri bune!

Scris de Marian Rujoiu și Alina Rujoiu

PROIECT COFINANȚAT DIN FONDUL SOCIAL EUROPEAN PRIN
PROGRAMUL OPERAȚIONAL SECTORIAL DEZVOLTAREA RESURSELOR UMANE 2007 - 2013

JOCUL PERSEVERENȚEI
Vrei mai mult?

Am scris în nenumărate rânduri despre a privi viaţa ca pe un joc. Am enunţat și două categorii de jocuri, și anume Jocul Succesului și Jocul Insuccesului.

Cum fac unii oameni de reușesc, iar alţii nu? Sau cum fac unii oameni de pierd mai puţin sau mai mult? Fiecare dintre noi are dreptul moral de a-și alege modul în care vrea să trăiască. Poţi să ai un job de execuţie, să aștepţi salariul la sfârșitul lunii, să trăiești liniștit zeci de ani. Poţi să alegi să trăiești într-o casă și să ai câţiva copii care îţi vor bucura serile și weekendurile. Nimic rău în a trăi în acest fel, ba, din contră, sunt foarte multe motive pentru a alege un asemenea stil de viaţă.

Există însă și o altă categorie de oameni, în care mă regăsesc și eu, anume a acelora care aleg să joace ***jocul perseverenţei***. Perseverenţă înseamnă să te bucuri de fiecare pas pe care îl faci, să trăiești fiecare clipă și în același timp să-ţi dorești mai mult. **Alege să lupţi! Alege să-ţi aperi drepturile și să câștigi mai mult!** Vrei un salariu mai mare, vrei copii care să meargă la cele mai bune școli, vrei să vezi cât mai multe locuri de pe planetă? Vrei recunoaștere socială?

În acest al doilea caz unul dintre ingredientele succesului este perseverența. Perseverența apare atunci când majoritatea oamenilor se opresc, dar tu continui. Continui să lupţi, continui să depui un efort, continui să fii optimist, continui tot ce poate fi continuat. Zâmbești, inspiri adânc și mergi mai departe. Pe măsură ce vei merge mai departe, vei avea mai multe motive de a te bucura și de a te simţi împlinit. Trebuie să recunoaștem că acest joc al perseverenţei este unul unde nu ai garanţia rezultatului, ai însă o probabilitate mai mare de a reuși decât oamenii obișnuiţi.

Încurajează-te permanent și lasă-i pe ceilalţi să te încurajeze. Îndepărtează-i de lângă tine pe cei care nu-ţi acordă credit și care parcă au trecut în fișa postului să te descurajeze permanent. Surprinzător, de foarte multe ori cei care te descurajează sunt prietenii.

Scriind articolul de faţă mi-am adus aminte o parabolă drăguţă.

Trei iepurași se plimbau prin pădure. La un moment dat, unul dintre ei cade într-o groapă destul de adâncă. Cei doi iepurași de pe margine au început să strige:

- Vai, acolo o să rămâi, nu o să reușești niciodată!

Iepurașul căzut în groapă începu să se căznească să iasă. Începu să se zbată și să se agațe de margini în dorința disperată de a ieși din groapă. Cei doi iepurași rămași la suprafață niciodată nu mai văzuseră un asemenea necaz și erau siguri că iepurașul căzut nu o să reușească niciodată, astfel că au început să-i spună iepurașului:

- Nu o să reușești niciodată!

Pe măsură ce iepurașul încerca mai mult, ei repetau același lucru, se agitau și mai tare și îi spuneau că nu o sa reușească niciodată!

După zeci de minute în șir de strigături și încercări, iepurașul reuși să iasă.

O așa grozăvie iepurașii nu mai văzuseră până atunci și-l întrebară:

- Vai, iepurașule, dar cum ai reușit?

- Am reușit!

- Ai reușit, dar cum?

- Am reușit!

- Măi, iepurașule, tu nu înțelegi ce spunem?

- Am reușit și vă mulțumesc pentru încurajări, fără voi nu aș fi reușit niciodată!

Iepurașul nostru cel căzut în groapă era surd. El nu auzise cuvintele nicio clipă și a intrepretat strigătele și agitația de pe marginea gropii drept încurajări. Iepurașul nostru nu ar fi reușit niciodată dacă ar fi auzit descurajările de pe margine:

Morala: **Trebuie să fii surd atunci când ceilalți te descurajează și să interepretezi orice gest ca pe o încurajare și să continui să perseverezi în a-ți atinge obiectivele.**

Fiecare dintre noi simte că merită mai mult. Trebuie să elimini orice sabotor din viaţa ta și din gândurile tale. Perseverenţa îţi va da energia, energia îţi va da optimismul, optimismul îţi va da bucuria, iar bucuria îţi va arata drumul. După ce vei ști drumul, poţi să fii perseverent, intri în acest cerc virtuos, care este aproape un perpetuuum mobile. Poţi

alege să fii iepurașul de pe margine sau poţi să alegi rolul celui care dorește mai mult. Poţi să vrei mai mult de la viaţa personală, de la viaţa profesională, poţi să-ţi faci o viaţă mai colorată, mai plăcută și cu satisfacţii infinite. Poţi să simţi că ai puterea de a face acest lucru și alege să faci un prim pas. Când ceva nu funcţionează, perseverenţa nu înseamnă să continui, ci să încerci altceva. Dacă tu crezi că poţi, ai dreptate, dacă tu crezi că nu poţi, din noi ai dreptate!

Zâmbește și alege să fii regizorul propriului viitor!
:)

Scris de Marian Rujoiu

EXERCIȚIU PRACTIC DE RESPONSABILITATE

Succesul fiecăruia dintre noi depinde în mare măsură de fiecare în parte. Învățând din experienţa oamenilor de succes, observăm că printre multe alte ingrediente se află responsabilitatea.

Eşti responsabil nu numai pentru ceea ce faci, ci şi pentru ceea ce eşti. Succesul, voinţa, devotamentul, energia, prieteniile, afacerile etc. - totul intră în responsabilitatea ta. Indiferent cum ai fi, este responsabilitatea ta. Reţine trei lucruri simple:

- eşti responsabil pentru ceea ce ai fost;
- eşti responsabil pentru ceea ce eşti;
- eşti responsabil pentru ceea ce vei fi.

Unii dintre voi ar putea juca Jocul Neasumării sau Jocul Victimizării şi nu vor fi de acord în niciun chip cu cele trei lucruri spuse mai sus. Sunt convins că poţi găsi o mie de motive pentru care nu eşti responsabil nici pentru ceea ce ai fost, nici pentru ceea ce vei fi. Este şi acesta un joc. Putem să ne lamentăm şi să rămânem în această situaţie. Vestea proastă este că, adoptând o asemenea atitudine, când vom vorbi peste ani, probabilitatea ca viaţa ta să fie mai bună decât astăzi este extrem de mică. O asemenea atitudine nu va atrage succesul. Oportunităţile parcă s-au vorbit şi te ocolesc, la fel şi lucrurile bune. Este o vorbă veche: o veste proastă nu vine niciodată singură. Cam aşa este şi în acest caz. Cu cât fugi mai mult de responsabilitate, cu cât te victimizezi mai mult, cu atât mai mult lucrurile vor merge mai rău. Este o alegere!

Putem aştepta destinul sau şansa pentru a ne „lumina" viitorul sau putem prelua noi iniţiativa. Fiecare dintre noi poate fi prin sine „farul" cu care poate vedea oportunităţile şi lucrurile bune din viaţă. Să ne închipuim că suntem într-o cameră întunecată şi căutăm un obiect, pe care o să-l numesc Voinţa. La un moment dat ne putem enerva pentru că nu găsim Voinţa. Ne putem supăra şi începem să ne văităm că nu l-am găsit. De asemenea, putem spune că nu-i vina noastră că nu am găsit Voinţa în niciun colţişor al camerei, mai ales că era întuneric.

Poţi însă să faci altceva înainte să te victimizezi şi să te enervezi. Încearcă să te gândeşti ce ai fi putut face pentru a găsi Voinţa. Dai vina pe întuneric, pe lipsa de timp sau pe dezordinea din cameră. Poţi face altceva - poţi să aprinzi lumina. Având lumină poţi găsi ceea ce cauţi mult mai uşor. Cel mai probabil vei găsi şi Voinţa în acea cameră.

Îndemnul meu este să aprinzi lumina. Metaforic vorbind, lumina este în cazul nostru Responsabilitatea. Fiind mai responsabil pentru ceea ce eşti şi ceea ce urmează să fii, ai o viaţa în care nu mai bâjbâi prin întuneric.

Eşti o persoană ghinionistă sau una norocoasă?
Eşti o persoană care un job bun sau nu?
Eşti o persoană care are prieteni de încredere sau nu?
Eşti o om care are o afacere de succes sau nu?
Eşti o persoană care are maşina pe care şi-o doreşte sau nu?
Eşti o persoană împăcată cu ceea ce face sau nu?
Eşti o persoană care îi inspiră pe ceilalţi sau nu?

Lista poate continua. Vreau să subliniez un lucru simplu: eşti ceea ce eşti datorită alegerilor pe care le faci! Fiecare alegere îţi poate schimba viaţa în bine. Chiar şi atunci când nu alegi, de fapt ai ales să nu alegi. Fiecare alegere îţi influenţează prezentul şi viitorul, al tău şi al celorlalţi. Întrebarea nepusă în acest articol până acum este următoarea:

Eşti pregătit să-ţi asumi responsabilitatea sau nu?

Asumarea responsabilităţii îţi poate ghida acţiunile. Asumându-ţi responsabilitatea, atât pentru eşecul, cât şi pentru succesul tău, poţi învăţa şi îţi poţi schimba viitorul. Nu ai cum să schimbi viitorul fără să-ţi asumi responsabilitatea prezentului. Asumarea trecutului şi prezentului este punctul de plecare pentru viitor.

O asemenea atitudine, mai ales pentru noi ca popor, este greu de acceptat. Suntem puternic antrenaţi să aruncăm vina pe ceilalţi, să fugim de responsabilitate. Ne place să vorbim prea mult „în principiu" şi prea puţin „concret". Mass-media este foarte reticentă în a promova modele pe care merită să le urmezi, zona politică suferă o decădere tot mai mare, iar oamenii, ori de câte ori observă o idee bună, caută o mie de motive pentru care ea nu ar merge. Cu alte cuvinte, contextul nu este unul favorabil, iar Jocul Responsabilităţii devine greu de jucat.

Spuneam că sunt Jocuri ale Succesului şi Jocuri ale Insuccesului. Responsabilitatea este un joc al Succesului. Este privirea într-o oglindă

curată în care îţi asumi exact ceea ce eşti. O întrebare simplă pe care ai putea să o pui ca cititor este: „Şi cum pot juca acest joc al Responsabilităţii?”. Pot demonstra matematic că acest joc merită jucat, mai pot aduce şi mii de argumente pentru a te face să înţelegi importanţa lui. Mai trebuie însă ceva, trebuie să CONŞTIENTIZEZI! A conştientiza importanţa şi necesitatea acestui joc nu este un demers teoretic, nici un demers fizic şi nici măcar unul psihologic. Cu sau fără ajutorul meu trebuie să SIMŢI Responsabilitatea. Asumarea Responsabilităţii este un sentiment.

A-ţi asuma Responsabilitatea pentru ceea ce faci şi pentru ceea ce eşti este un demers uşor de înţeles şi poate reprezenta un punct de cotitură în viaţa fiecăruia dintre noi. Am auzit oameni spunând: *„Am înţeles că până la urmă sunt responsabil pentru ceea ce mi se întâmplă. Pot să mă mint, să dau vina pe context sau pe ceilalţi, până la urmă însă am conştientizat că pentru a schimba ceva în viaţa mea trebuie să îmi asum ceea ce sunt, inclusiv ceea ce urmează”.*

Sunt însă oameni care nu vor să-şi asume responsabilitatea, aşa este firea lor şi nu fac nimic în acest sens. Mulţi dintre ei nu pot fi convinşi niciodată. Sunt cazuri însă când aceşti oameni conştientizează brusc şi-şi spun: **gata am înţeles şi am simţit că eu sunt responsabil pentru ceea ce mi se întâmplă!**

Îţi propun un exerciţiu simplu care să te ajute să fii mai responsabil decât eşti acum.

Citeşte rândurile de mai jos numai în cazul în care ai două minute libere şi vrei să mai faci un mic pas în asumarea Responsabilităţii. Trebuie doar să citeşti şi să încerci să simţi ceea ce spui, fie că eşti de acord, fie că nu. Este o adaptare după exerciţiul „Muntele de Cristal” folosit în NLP pentru a înţelege *pattern-urile de limbaj utilizate de Milton Erickson. Este important să citeşti cuvânt cu cuvânt rândurile de mai jos.*

Exerciţiu

„Eşti un om responsabil, uneori mai mult, alteori mai puţin. Ţi-aduci aminte de întâmplări din trecut şi înţelegi că uneori ai fi putut face mai multe, alteori mai puţine. Te voi ruga să-ţi imaginezi anumite lucruri… şi nu contează dacă tu simţi că nu-ţi poţi imagina aceste lucruri. Poate gândurile tale vor rătăci puţin (poate te vei gândi la altceva), iar tu poţi

să citeşti cu voce tare, în şoaptă sau în gând, dar nici asta nu contează, căci cuvintele citite vor continua să te relaxeze… şi nu are nicio importanţă dacă nu înţelegi unele cuvintele, deoarece foarte curând te vei simţi mai relaxat/ă decât te-ai simţit vreodată…

Poţi vedea în faţa ta o potecă naturală. Urmând poteca, miroşi parfumul dulce al florilor în timp ce ajungi la o poartă. Intri într-o grădină şi observi pe lateral o cărăruie pietruită pe care tu te hotărăşti să o explorezi. Cărarea şerpuieşte prin grădină, printre florile minunate, printre tufe şi alte plante… În scurt timp ajungi la colţul unui gard viu. Când îl ocoleşti, vezi în faţa ta un munte minunat. Este multicolor şi seamănă cu un *cristal* imens. Te apropii de el şi vezi că are o mulţime de trepte naturale - responsabilitate, voinţă, asumare, iar tu te hotărăşti să le urci. Păşind pe prima treaptă, observi că, la bază, muntele are *culoarea roşu.* Este un roşu puternic aprins şi observi, în acelaşi timp, că într-o parte a muntelui cresc flori roşii, iar în partea cealaltă se găseşte un cireş încărcat cu cireşe roşii strălucitoare. Eşti relaxat, responsabil şi plin de viaţă. Florile roşii degajă un miros îmbătător şi te gândeşti să culegi o cireaşă. Când muşti din ea, sucul dulce îţi umple gura… Mai urci câteva trepte pe Muntele de Cristal şi zăreşti sub picioare o *culoare portocaliu* strălucitor… Se pare că ai ajuns într-o livadă cu portocali, fiindcă toţi pomii din jurul tău sunt încărcaţi cu portocale îmbietoare. Ţi-ar plăcea poate să ai un viitor strălucitor şi poate că ţi-ai dori să bei nişte suc de portocale… direct dintr-o portocală… Acum urci alte câteva trepte şi ajungi la un nivel în care vezi mult *galben*. Peste tot se zăresc flori galbene… înalte, scunde, mari şi mici… în lateral curge un pârâiaş şi decizi să te răcoreşti în undele lui… te scalzi la umbra unui lămâi şi aroma puternică şi proaspătă de lămâie te revigorează şi mai mult… După alte câteva trepte, ajungi în mijlocul unui *verde* luxuriant. Este plin de energie, tu te simţi mai puternic, mai relaxat şi mai plin de responsabilitate. Parcă ai fi într-o junglă tropicală. Din sutele de copaci zboară păsări şi animalele tale favorite îţi ies în cale şi te salută… Urci la următorul nivel şi totul în jurul tău este *albastru*. Niciodată nu ai văzut un albastru mai frumos… şi niciodată nu ai simţit atâta bucurie. Într-o parte a muntelui, poţi vedea marea şi câţiva delfini care se joacă în apa limpede, albăstruie. Zâmbeşti, eşti tu şi lumea, alegi să te scalzi în marea albastră, poţi înota şi te poţi juca cu delfinii pentru un timp… Revenind pe munte, urci mai departe şi în jurul tău totul se preschimbă în *violet*… parcă te-ai găsit şi regăsit pe un munte gigantic… lumina se reflectă din piatră şi totul scânteiază în jur… În cele din urmă ajungi în vârful muntelui şi totul devine *alb*… orbitor de alb.

Toate gândurile şi visele tale favorite se află aici… îngeri, zâne, nori, raze de soare… orice doreşti se află aici… totul fiind scăldat într-o lumină albă, strălucitoare… Acum te bucuri de Muntele de Cristal. Aici, pe Muntele de Cristal, eşti pregătit/ă şi receptiv/ă pentru tot ceea ce îţi voi spune în mod pozitiv, înălţător, armonios… şi tot ce citeşti bun pentru tine pe acest munte este acceptat de tine şi de subconştientul tău.

Eşti o persoană care conştientizează că este responsabilă pentru ceea ce face şi pentru ceea ce este. Culorile prezentului şi ale viitorului sunt luminoase. Priveşti către trecut şi îl vezi asemenea unui film. Auzi vocile prietenilor tăi care te-au sprijinit şi te-au ajutat. Ţi-aduci aminte de copilărie, când te jucai şi erai lipsit de griji. Lumina trecutului este tot mai strălucitoare, iar în minte îţi vin imagini. Unele nu sunt foarte colorate. Vezi aceste imagini ca într-un album şi sunt din ce în ce mai colorate şi mai intense. Eşti acum pe vârful muntelui de cristal unde eşti fericit şi încărcat de energie. Totul în jurul tău străluceşte, albul este cel care luminează totul în jurul tău. Simţi că ai toate resursele pentru a reuşi. Şi mai ştii că poţi hotărî în numele tău. Ceea ce eşti este o consecinţă a acţiunilor tale, iar acţiunile tale sunt alegerile tale, iar alegerile tale sunt ceea ce eşti. Ştii că eşti responsabil pentru ceea ce eşti şi pentru ceea ce vei putea fi. Dispui de voinţă, energie, responsabilitate, încredere, bunăvoinţă, sprijin, abilităţi cheie, instruire. Pe muntele de cristal ai găsit un cufăr cu resurse infinite, ai totul pentru a putea reuşi şi eşti bucuros. Este un cufăr plin cu resurse. Îl deschizi şi iei din el Încredere şi imediat ce ai luat-o simţi că ai încredere tot mai multă în tine, apoi bagi mâna şi iei Responsabilitate. Acum te simţi mai responsabil, mai puternic, mai plin de încredere. Accepţi ceea ce eşti şi ce urmează să fii. Acceptarea este însoţită de sentimentul că toate acţiunile din prezent îţi pot schimba viitorul. Zâmbeşti, parcă te-ai găsit şi regăsit pe un munte gigantic unde lumina se reflectă din piatră şi totul scânteiază în jur. Totul în jurul tău este alb.

Toate gândurile şi visele tale favorite se află aici… îngeri, zâne, nori, raze de soare, asumare… orice doreşti se află aici… totul fiind scăldat într-o lumină albă, strălucitoare… Acum te bucuri de Muntele de Cristal şi priveşti în viitor. Eşti pe vârful muntelui de cristal şi vezi foarte departe. În dreapta ta este cufărul plin de resurse de unde tu tocmai ai luat din el încrederea şi responsabilitatea. Închizi ochii şi-ţi imaginezi viitorul. Îţi apar în minte o serie de imagini. Eşti pe muntele de cristal, iar lumina albă strălucitoare luminează imaginile care îţi apar în minte. Te imaginezi pe tine în viitor drept un om responsabil şi conştient că

este regizorul propriului tău viitor. Te vizualizezi pe tine în acest fel din ce în ce mai clar, iar acum te simţi din ce în ce mai responsabil şi din ce în ce mai relaxat. Sunt multe lucruri pe care le poţi face pe muntele de cristal. Ai urcat, ai ajuns sus, acum este momentul să-l părăseşti cel puţin pentru o vreme. Îi mulţumeşti muntelui de cristal… iar tu ştii deja că poţi reveni pe acest munte oricând îţi doreşti.

Acum zâmbeşte şi respiră adânc, iar când vei termina de citit vei fi în plină formă şi perfect sănătos/sănătoasă, cu toate simţurile ascuţite. Şi vei fi cu totul în măsură să petreci o zi plină de vigoare, eficacitate, energie, optimism, entuziasm şi bucurie pentru a trăi cu zâmbetul pe buze. Eşti mai responsabil şi acum trebuie să revenim la starea iniţială. Inspiri adânc şi ai o senzaţie de bine, acest exerciţiu este la final. Inspiri şi mai adânc, iar senzaţia de bine urcă tot mai mult în tine şi ai conştientizat că asumarea responsabilităţii face parte din tine.

.....
Sfârşitul exerciţiului
.....

Ce poţi face acum?

Poţi să fii sau nu de acord cu exerciţiul de mai sus. Poate că exerciţiul a avut un impact mai mare sau mai mic asupra ta. Poate culorile muntelui te-au bucurat. Poţi să mai citeşti o dată acest exerciţiu. Poţi să-l şi printezi, este mai uşor de citit. Ai putea să-l oferi şi prietenilor/prietenelor tale.

Scris de Marian Rujoiu și Dan Lambescu

LENTILA BUCURIEI

Sunt lucruri care ne bucură mai mult, altele mai puţin. Cele mai multe lucruri sau evenimente sunt cele care ne rămân indiferente. Poţi să citeşti acest articol şi să fii şi mai relaxat şi să conştientizezi că poţi să te bucuri de viaţă mai mult decât de obicei.

Sunt multe lucruri care ne bucură. În aparenţă nouă ne plac şi ne este indiferent dacă altora le par mai ciudate. Ne poate bucura un zâmbet, ne poate bucura un joc de cărţi, ne poate bucura o melodie frumoasă sau un joc de şah. Fiecare cu micile lui nebunii sau micile plăceri, sunt ale fiecăruia dintre noi. Aceste mici bucurii ne fac viaţa mai frumoasă. Sunt şi multe lucruri pe care ni le dorim. Pe mulţi dintre noi, lucrurile pe care nu le avem, dar ni le dorim, ne fac nefericiţi. Sunt lucruri care nu pot fi schimbate, însă sunt şi multe lucruri care se pot schimba. Ce-ţi propun nu este nici să te schimbi, nici să rămâi la fel. Îţi propun să schimbi puţin unghiul din care priveşti lucrurile care-ţi sunt indiferente. Rutina zilnică, nu degeaba se numeşte rutină, te macină cel mai mult. Îti propun ca fiecare lucru care ţi se întâmplă să-l priveşti prin lentila bucuriei. Poţi să-l priveşti şi cu puţin umor pentru că te va bucura şi mai mult şi vei avea o stare de spirit pozitivă. Bucură-te de fiecare lucru care ţi se întâmplă chiar şi atunci când el face parte din rutina zilnică! Bucură-te când vezi un copil râzând sau când mergi la un film! Bucură-te când bei un suc! Un suc costă un dolar, iar milioane de oameni trăiesc în lume cu mai puţin de un dolar pe zi! Bucură-te când auzi că unui prieten i s-a întâmplat ceva bun! Bucură-te din suflet şi spune-i acest lucru. Bucură-te de momentul în care cineva te strânge în braţe! Trăieşte din plin clipa! Bucură-te de lumina soarelui şi de răsărit, bucură-te de verdele din jurul tău! Admiră-te pe tine de câte ori faci un lucru bun! Nu-i de ajuns să munceşti, trebuie să te şi bucuri că ai ocazia să munceşti, sunt milioane de oameni care nu-şi găsesc un loc de muncă. Bucură-te dimineaţa pentru că urmează o nouă zi în care tu te poţi bucura de fiecare clipă, sute de oameni se culcă seara, iar dimineaţa nu se mai trezesc! Bucură-te că ai prieteni, poate unii dintre ei chiar merită statutul de prieteni! Bucură-te când vezi pe cineva zâmbind, cu siguranţă există un motiv pentru care se bucură. Ajungi seara acasă, gandeşte-te la lucrurile care te-au bucurat. Încearcă să vezi prin lentila bucuriei fiecare lucru care ţi se întâmplă. Poţi să simţi că merită să te bucuri. Invidia omoară bucuria. Bucură-te de binele altuia şi încearcă să înveţi de la el! Bucură-te că ai de la cine învăţa!

Te mai poţi bucura de ceva permanent. Poţi să te bucuri că ai posibilitatea să te bucuri permanent de fiecare lucru. În plus, puteai să nu te naști. Bucură-te că exiști, că respiri, că vezi și că simţi! Lucrurile care-ţi sunt indiferente sunt lucrurile care te pot bucura, trebuie numai să accepţi ca aceste lucruri să te bucure. Folosește lentila bucuriei și zâmbește, iar din când în când folosește lentila umorului. Amuză-te că lucrurile sunt într-un fel, și nu altfel. Uneori nu este bine să iei lucrurile prea în serios. Înainte de a lua lucrurile în serios, zâmbește! Oamenii, de multe ori, se iau prea în serios și devin ridicoli. Bucură-te de viaţă și de slujbă!

Vestea bună este că poţi folosi lentila bucuriei gratis. Câștigi bună dispoziţie, o stare de spirit mai bună. Și, cum un lucru rău nu vine niciodată singur, la fel nici un lucru bun nu vine niciodată singur. O bucurie va aduce cu ea o altă bucurie, iar un zâmbet va aduce alt zâmbet. Trăiește clipa și bucură-te! Poţi să simţi acum și să vezi că și lucrurile mici pot fi motive de bucurie. Încearcă acest lucru de câteva ori și încet-încet te vei obișnui. Poate că te întrebi ce rost are? Are un rost, și anume acela de a fi fericit în primul rând cu ceea ce ai și să vrei ceea ce ai. Poţi să vrei și ceea ce nu ai, însă, înainte de toate bucură-te de ceea ce ai.

Scris de Marian Rujoiu

LIFE COACHING - ESTE BINE SĂ FACI CEEA CE FACI?

Dedic acest articol unui prieten foarte bun, Bogdănel, care mi-a dat şi ideea acestui articol. Atunci când vorbim de management personal, fiecare dintre noi ne gândim la o mai bună organizare a noastră. Vreau să merg însă, mai departe de Time management şi prioritizare, aş dori să discut despre substanţa managementului personal, cumva despre ceea ce defineşte autenticitatea unui om, corelată cu performanţa lui. Acest articol este mai mult un demers intelectual şi practic în acelaşi timp, în sensul că pot fi picioare care te conduc pe un drum, capul însă tu trebuie să fii, pentru a auzi, a simţi şi a vedea.

Cine sunt eu?

Suntem de obicei experţi în a ne da cu părerea despre ceilalţi şi despre ceea ce fac ceilalţi. Ne place să criticăm mult şi mai puţin să apreciem meritele celorlalţi. Când vine vorba de noi, tendinţa este de a ne evalua nerealist. Sunt într-adevăr persoane care se autoevaluează foarte dur, acestea mergând mai degrabă pe o pantă a lipsei de încredere în forţele proprii. Revenind însă, care sunt punctele tale tari şi care sunt punctele tale slabe? Chiar dacă pare uşor, mulţi dintre noi preferăm să ne minţim singuri, raportându-ne prea mult la valorile sociale, la părerile celor din jur. Astfel, oamenii ajung să creadă că sunt buni organizatori, chiar dacă n-au excelat niciodată în acest domeniu, se cred experţi în cate un domeniu, chiar dacă nu sunt, şi lista poate continua.

Din nefericire, oamenii care cred acest lucru nu au nici o vină. Presiunea socială este atât de mare şi apare astfel următoarea confuzie între:

Cum sunt eu? < > Cum aş vrea să fiu?

Totuşi, până la urmă, care este problema în a-ţi urmări obiectivele şi în a-ţi proiecta imaginea a ceea ce vrei să fii? Chiar consider că este un lucru excelent să ştii exact ceea ce vrei să fii. **GREŞEALA apare însă în următorul punct: atunci cand oamenii vor să fie într-un anumit fel care nu-i definesc.**

Apar, astfel, cazuri de oameni care după un an, doi sau 10 ani fac anumite lucruri. Dacă-i întrebi acum, îţi vor spune că fac exact ce şi-au

dorit. După 10 ani însă, aceşti oameni ajung des la concluzia: **locul meu nu este aici, nu vreau să fac acest lucru toată viaţa, locul meu nu este aici, m-am săturat, eu nu asta mi-am dorit etc.** Probabil, fiecare dintre noi cunoaştem asemenea persoane şi sunt foarte mulţi oameni care ajung în situaţia aceasta, fiind ceva de speriat. Ca un corolar, reţineţi: nu-i nici o problemă să tinzi să fii într-un anumit fel, să fii privit într-un anumit fel, să ai un anumit job sau să ai un anumit comportament social.

Întrebarea magică pe care tu trebui să ţi-o pui este următoarea: chiar îmi doresc acest lucru cu adevărat?

Ne place să credem că ne-ar plăcea să facem un anumit lucru. Discrepanţa apare atunci când acest lucru nu ne reprezintă. De exemplu, ar putea să-ţi placă ideea de a fi şeful unei echipe. Îţi doreşti acest lucru, însă acest lucru este cel care te reprezintă? **Aici apare diferenţa între ceea ce ţi-ar plăcea ca idee şi ti-ar plăcea cu adevărat, diferenţă care pe cât este de fină, pe atât este de importantă. Fiind cinstit cu tine, coborând din lumea ideilor în lumea realităţii, câştigi foarte mult: scapi de stres, scapi de bătaie de cap, economiseşti timp (chiar ani de zile) etc.!**

Bun... şi următoarea întrebare din partea ta ar putea fi: **De unde ştiu ce mi se potriveşte?** Fără prea multe discuţii, răspunsul ar fi că ţi se potriveşte ceea ce te defineşte cu adevărat! Ai putea întreba însă: **de unde ştiu ce mă defineşte cu adevărat?**

Frumoasă întrebare, am şi răspunsuri frumoase la această întrebare. Dacă găseşti răspunsul acestei întrebări, atunci vei putea face rapid o conexiune între „ceea ce-mi doresc" şi „ceea ce mă defineşte".

Scurt ghid în a afla ce te defineşte.

Răspunzând la următoarele întrebări vei afla cu adevărat ce te defineşte. Ce-l defineşte pe un om, nu-l defineşte pe celălalt, astfel că răspunsurile trebuie să fie personale, unice şi sincere în acelaşi timp.

1. Când ai avut ultima realizare? Ce abilitate de-a ta te-a ajutat să ai acea realizare?
2. Ce faci întotdeauna cu o plăcere deosebită?
3. Ce-ţi doreai să faci când atunci când erai mic?

4. Care sunt acele lucruri pe care le faci mai uşor decât ceilalţi oameni?

5. Ce autor îţi place şi de ce? Ce simţi atunci când îl citeşti şi ce gânduri îţi vin în minte?

6. Dacă ai avea o baghetă magică şi ai putea să schimbi lumea, ce ai schimba la ea, astfel încât să ţi se potrivească?

7. Cu ce anume nu sunt de acord ceilalţi la tine, de cele mai multe ori?

8. Îţi place să lucrezi singur sau să lucrezi alături de cineva?

9. Dacă faci o comparaţie între activităţile pe care le făceai acum doi ani şi cele pe care le faci acum, care ar fi diferenţa? Când ţi-a plăcut mai mult şi de ce anume crezi acest lucru?

10. Preferi să lucrezi direct cu oamenii sau preferi mediul online, sau poate lucrul cu documente şi strategii etc.? Care dintre aceste trei lucruri le faci mai bine?

11. În dezvoltarea ta, îţi place să înveţi de la ceilalţi sau îţi place să înveţi singur?

12. Îţi este uşor să vorbeşti cu oamenii?

Lista de întrebări poate continua. În principiu, trebuie să dai răspunsuri sincere, urmând ca apoi să ajungi la anumite trăsături, abilităţi, comportamente şi talente.

Răspunde la întrebările de mai sus! Este important să le pui pe hârtie, va fi un prim pas. O să ajungi la concluzia că te definesc talentele tale, iar răspunsurile de mai sus te vor ajuta să găseşti repere în identificarea talentelor tale.

Mai jos ai exemple de talente pe care le poţi avea. Lista poate fi completată cu încă alte sute de talente.

Amplificator: Vezi potenţialul în ceilalţi şi ştii cum să-l amplifici.
Comunicare: Îţi place să explici, să descrii.
Cuceritor: Doreşti cu orice preţ să câştigi oamenii de partea ta.
Empatie: Poţi simţi cu uşurinţă stările emotive ale celor din jur.
Focalizare: Încotro mă îndrept? Ai o abilitate deosebită de a-ţi stabili obiectivele.
Importanţa: Vrei să fii „recunoscut", să fii auzit.
Inovaţie: Eşti fascinat de idei şi concepte (noul, provocatorul, ineditul).

Intelect: Îţi place să ai o activitate mentală constantă.
Împlinire: Nevoie constantă de obţinere a succesului.
Leadership: Vrei să preiei controlul pentru că simţi că vei avea rezultate.
Mediator: Cauţi întotdeauna să ajungi la un consens.
Ordine: Totul în jurul tău trebuie să fie disciplinat şi organizat.
Organizare: Care este cea mai bună cale de a rezolva lucrurile? – începi organizarea.
Perfecţionist: Excelenţa, şi nu media, este unitatea ta de măsură.
Pozitivism: Vezi partea plină a paharului.
Responsabilitate: Scuzele nu sunt de ajuns când nu ai reuşit un lucru.
Siguranţa de sine: Încrederea pe care o ai în forţele proprii.
Soluţionare: Îţi plac soluţiile.
Spirit de echipă: Vrei să-i faci pe oameni să facă parte dintr-un grup.
Strateg: Cauţi cea mai bună cale de a merge mai departe. Ai viziune.

Atenţie! Tendinţa de a-ţi revendica foarte multe talente este mare. Încearcă să le alegi pe acelea care ţi se potrivesc cel mai mult. **Alege maxim 3-5 talente în care tu excelezi şi care te definesc cu adevărat.** Aceste talente pe care tu le vei identifica vor reprezenta ceea ce te defineşte pe tine. Confirmă talentele alese de tine, cu răspunsurile date mai sus?

Eşti pe drumul cel bun. Acest lucru te va ajuta. Sunt convins, însă, că măcar puţin te va pune pe gânduri. Reîntorcând-ne la problema de mai sus, anume la ce ar trebui să fac pentru a ma defini, **răspunsul este simplu: trebuie să-ţi foloseşti talentele în ceea ce faci. În ce măsură talentele tale se regăsesc în ceea ce faci acum?**

- Dacă răspunsul tău este „în mică măsură”, probabil nu eşti pe drumul cel bun şi tu simţi acest lucru.

- Dacă răspunsul tău este „în oarecare măsură”, atunci probabil, din nou, simţi că lipseşte ceva.

- Dacă răspunsul tău este „în foarte mare măsură”, probabil este o activitate care într-adevăr îţi place, care te defineşte şi care te reprezintă!

Scris de Marian Rujoiu

NU POȚI FACE LUCRURI MARI AVÂND AȘTEPTĂRI MICI!

Să ştii că e valabil şi invers, adică poţi face lucruri mari doar având aşteptări mari! Dacă ne uităm în istorie, în inventică, în fizică sau în chimie, observăm că lucrurile bune, lucrurile mari au ceva în comun, şi anume faptul că iniţiatorii lor au avut aşteptări mari! Uneori aşteptările lor au depăşit cu mult probabilitatea şi plauzibilul, astfel încât în jurul lor se auzea: acest lucru nu este posibil, nu merită efortul, oricum nu iese, sau o încurajare seacă de genul „dacă tu crezi... poţi încerca!”

Să luăm un exemplu mai recent! Probabil tu, care citeşti aceste rânduri, ai folosit măcar odată Google! Acesta a fost un proiect în care au crezut doi studenţi. Aceşti doi studenţi au găsit numai uşi închise, chiar la marile companii, lideri de piaţă în IT (nu le menţionez numele pentru a nu face antireclamă). Aceşti doi tineri au crezut în ideea lor şi au avut încredere în ideea lor! Faptul că ei nu au renunţat a făcut posibil ca cel mai mare motor de căutare să fie folosit de milioane de oameni! Când vrei să afli ceva, cel mai probabil vei alege să tastezi în Google cuvântul şi să dai search! Acesta este un proiect mare, un rezultat mare, pentru că ei au avut aşteptări mari!

Asemenea exemple le vei întâlni la tot pasul, în familie sau în cercul de prieteni. Cei care au avut aşteptări mari au putut face lucruri mari. Micile aşteptări sunt ceea ce frânează mintea, frânează creativitatea şi obligă creierul la a gândi şi acţiona pe o plajă îngustă!

Aceste aşteptări mari sunt rezultatul unei gândiri pozitive, că lucrurile pot fi mai bune, că lucrurile sunt posibile, iar primul pas către reuşită este gândirea unui lucru. Dacă tu poţi gândi că poţi reuşi un lucru acela este primul pas către reuşită. Ceea ce spun este dovedit ştiinţific prin experimente, mai ales pe marginea medicamentului Placebo! Gândirea ta îţi poata da forţă să schimbi lucrurile, să te schimbi pe tine, să ajungi mai departe să ai succes. Ne place sau nu, această mentalitate a făcut diferenţa între oamenii care au avut succes şi oamenii care nu au avut succes, face diferenţa între angajat şi angajator, între condus şi conducător, între reuşită şi nereuşită!

De multe ori, ne întrebăm: cum oare a reuşit X sau Y, mai ales că nu pare aşa inteligent? Răspunsul e foarte simplu: a crezut în ideea lui! Acest lucru este valabil în politică, afaceri sau viaţa personală. Realizări, lucruri mari poţi avea şi în viaţa personală, trebuie doar să crezi în puterile tale şi să ai aşteptări mari!

Conştient sau inconştient, această metodă cei mai mulţi dintre noi am testat-o. Eu sunt unul dintre aceia care au testat-o! Întotdeauna am reuşit, am reuşit să-mi împlinesc visele! Acum doresc, de exemplu, ca Extreme Training, compania pe care o conduc, să ajungă lider de piaţă în domeniul trainingului deschis în România. Am acest gând de vreo doi ani. Am reuşit să ajung în primii 5. Probabil în maxim 2 ani o să ajung primul. Nu vreau să supăr pe nimeni, însă aceasta este aşteptarea pe care o am!

Aşteptările mari dau sens acţiunilor tale, dau naştere la o viziune cu care poţi face ceva, găseşti soluţii mult mai repede, iar oportunităţile le vezi mai uşor. Sunt oameni care şi-au vândut casa pentru a-şi deschide o afacere. Este uşor să spunem că aceştia sunt nişte speculanţi sau nişte oportunişti! Însă, câţi dintre noi suntem dispuşi să renunţăm la tot ce avem pentru a investi într-o idee pe care o avem. Probabil puţini!

Nu vreau să dezvolt o teorie, nici să fac filosofie, vreau doar să îndrăzniţi să speraţi mai mult, să cereţi mai mult, să credeţi mai mult în puterile voastre.

Să spunem că tragi cu arcul sau cu puşca.

La 20 m distanţă ai o serie de ţinte: una la 1 metru distanţă de sol, a doua la 2 metri, a treia la 3 metri, a patra la 4 metri şi a 10 - la 10 m. Nu va fi imposibil să atingi ţinta situată la înălţimea de 10 m dacă îţi propui acest lucru, însă va fi aproape imposibil să o atingi pe cea de la 10 m, ţintind la cea de 1 m Ţintind la 1 metru înălţime, poţi nimeri din greşeală puţin mai sus sau puţin mai jos, însă ţintind la 10, poţi atinge 8, 9 sau 10. E simplu, logic, plauzibil şi testabil! Felul cum te poziţionezi faţă de ţintă poate asigura atingerea ei. Ca să reuşeşti să tinteşti la 10 m înălţime trebuie să poziţionezi arcul altfel! Dacă îl poziţionezi în jos, va fi greu ca săgeata ta să ajungă sus!

Prin urmare, îndrăznește să vezi ținte la înălțime, îndrăznește să vrei mai mult, îndrăznește să vrei mai bine. Așteptările tale vor fi primul indicator al reușitei tale. Aș putea continua cu exemple, cu metafore ca exemple, însă te îndemn să meditezi 5 minute la acest lucru! Astfel că acum îți pasez ție mingea, rămâne să te hotărăști cât de sus vrei să o arunci, cât de departe vrei să ținteși.

Reține: Doar având așteptări mari poți face lucruri mari!

Scris de Marian Rujoiu

PUTEREA FEEDBACKULUI

Ce este feedbackul?

Feedbackul este un instrument folosit permanent, indiferent de domeniu, atât în viaţa personală cât şi în viaţa profesională. Vom învăţa împreună cum trebuie folosit feedbackul pentru a avea rezultate şi cum nu trebuie folosit, astfel încât să nu se transforme într-un bumerang ce se poate întoarce împotriva noastră.

Pentru clarificarea termenului, vă prezint definiţia ce figurează în Dicţionarul Explicativ al Limbii Române: **FEEDBACK** - retroacţiune care se manifestă la nivelul a diferite sisteme (biologice, tehnice etc.) în scopul menţinerii stabilităţii şi echilibrului lor faţă de influenţe exterioare; retroacţiune inversă, conexiune inversă, cauzalitate inelară, lanţ cauzal închis.

După cum vedem, feedbackul este o reacţie cu scopul menţinerii echilibrului!

De cele mai multe ori spunem că dăm feedback atunci când ne expunem părerea despre un anumit lucru. Până aici nimic mai adevărat. Când cineva îşi expune părerea, spunându-ne dacă am făcut bine sau nu am făcut bine, nu mai este feedback. Iată un exemplu:

ÎNTREBARE: Ce părere ai despre acest tricou?

RĂSPUNS GREŞIT: Cred că ai făcut o alegere bună!

Aparent avem de-a face cu feedback, în care interlocutorul nostru ne spune părerea despre tricou! De fapt, el nu ne spune părerea despre tricou, ci despre alegerea celui care l-a cumpărat!

Să mai luam două alte exemple:

ÎNTREBARE: Cum ţi s-a părut acest curs!

R1: Cred că putea fi făcut mai bine!

R2: Este un curs care se adresează avansaţilor!

R3: O să-l recomand şi altor persoane!

R4: Mi se pare ca trainerul a facut o treabă excelentă!

Niciunul din cele patru răspunsuri de mai sus nu poate fi considerat feedback! În următoarele rânduri o să vă explic şi de ce!

Pentru a înţelege ce nu este feedbackul, să ne gândim o clipă care este scopul feedbackului. Feedbackul are drept scop menţinerea unui anumit echilibru, un răspuns la o anumită cauză, el nu trebuie să fie o reacţie la ceea ce a declanşat cauza, ci doar la efect! Feedback înseamnă a oferi celorlalţi un răspuns eficient pentru a le comunica exact ceea ce ne deranjează, în ce mod ne afectează sau ce dorim să facă ceilalţi. Trebuie să facem acest lucru fără a leza cealaltă persoană, fără a minimaliza apărarea, ci prin a-i face pe ceilalţi să înţeleagă că doar comportamentul mă deranjează sau îmi place, nu persoana.

Feedbackul trebuie să fie o reacţie la un comportament, mai exact ceea ce ai simţit TU în momentul în care ai interacţionat cu fenomenul!

Probabil în acest moment lucrurile nu vă sunt tocmai clare, vă întrebaţi oare: „Până la urmă, ce este acest feedback?" sau „Ce nu este feedbackul?" Începem cu cea de-a doua întrebare:

Ce nu este feedbackul?

Feedbackul nu este un sfat! Aceasta este cea mai mare greşeală care se face. Mulţi dintre noi credem că dăm feedback atunci când dăm sfaturi! Ce-i drept, ne place să dăm sfaturi. Foarte frumos! Însă trebuie să înţelegem că acest lucru nu reprezintă un feedback, întrucât nu reprezintă o reacţie, fiind o teoretizare pe marginea unei situaţii, şi nici nu atinge scopul feedbackului, anume reglarea şi echilibrul sistemului. Iată un exemplu:

ÎNTREBARE: Ce părere ai despre această carte?
RĂSPUNS GREŞIT: Cred că ar trebui să o scrii din nou!
Feedback: Mi s-a părut o carte incompletă, nu am reuşit să o înţeleg!

Sau

ÎNTREBARE: Cum ţi se pare această maşină?
RĂSPUNS GREŞIT: Cred că ar trebui să mai încerci şi alte variante!
Feedback: Raportul preţ-calitate nu mi se pare ca fiind unul bun. Nu mi se pare aşa frumoasă!

Sau

ÎNTREBARE: Cum ţi se pare acest demers?
RĂSPUNS GREŞIT: Eu în locul tău nu aş fi făcut aşa ceva! Aş fi început mai degrabă cu...
Feedback: Acest demers nu mi se pare interesant!

Toate răspunsurile de mai sus nu intră în sfera feedbackului, ele sunt sfaturi şi nimic mai mult! Putem afirma că indirect ne-am spus părerea, însă feedbackul nu înseamnă a ne spune indirect părerea despre ceva, ci trebuie să descriem ce am simţit noi despre lucrul respectiv sau despre acţiunea respectivă. Acesta este primul păcat al feedbackului, anume să dăm sfaturi. Există o vorba mai veche: nu da sfaturi cui nu-ţi cere! Trebuie să ai capacitatea să descrii ce părere ai despre acel lucru, ce simţi în legătură cu acel lucru, şi nu ce ar trebui să facă persoana respectivă. Dacă persoana respectivă vă cere un sfat sau vă întreabă cum aţi fi procedat dumneavoastră, atunci îi puteţi spune acest lucru. Pentru un individ, nimic nu este mai neplăcut decât să primească un sfat atunci când el ar fi vrut să primească feedback!

Feedbackul nu este sondare psihologică. Aceasta e o altă greşeală, când facem pe experţii, nefiind nici momentul şi nici cazul! De cele mai multe ori vom cădea în păcatul psihologului amator, acela care vede dincolo de lucruri. Să nu uităm că interlocutorul nu ne-a cerut să-i descifrăm intenţiile sau motivaţia, ci vrea de la noi doar un feedback. Iată câteva exemple:

ÎNTREBARE: Ce părere ai despre acest tablou?
RĂSPUNS GREŞIT: Probabil autorul lui este destul de tânăr!
Feedback: Îmi place acest tablou, mă binedispune!

Sau

ÎNTREBARE: Cum ţi se pare acest raport de evaluare?
RĂSPUNS GREŞIT: Cred că ţi-ai dat toata silinţa să iasă o treabă bună!
Feedback: Mi se pare un raport complet şi obiectiv!

Ce-i drept, va fi greu să rezistăm acestor tentaţii, de a căuta în spatele fenomenului, însă feedback înseamnă a avea o reacţie în legătură cu fenomenul respectiv. După cum veţi sesiza în relaţiile de mai sus, în răspuns nu putem observa care este legătura directă dintre cel care dă răspunsul şi asupra cărui lucru trebuie să se pronunţe el. Gândiţi-vă doar o clipă, cel care v-a întrebat ceva v-a întrebat despre intenţia lui, despre ce l-a determinat pe el să facă un anumit lucru. Revedeţi întrebările şi o să observaţi cum stau lucrurile.

Feedbackul nu este nici critică, nici laudă! Dacă vrei să critici pe cineva, poţi să faci liniştit acest lucru, însă nu te consola cu gândul că i-ai dat doar un feedback. Critica şi lauda sunt două fenomene foarte des întâlnite, însă nu trebuie confundate cu feedbackul. Să luăm câteva exemple:

Să presupunem că cineva trebuia să predea un raport acum două zile

RĂSPUNS GREŞIT: Trebuia să-mi aduci raportul tău acum două zile!

Feedback: Aşteptam raportul tău acum două zile.

Sau când cineva vorbeşte pe un ton ridicat:

RĂSPUNS GREŞIT: Eşti un nesimţit, nu te interesează ce spun şi ceilalţi!

Feedback: Atunci când vorbeşti pe un ton ridicat, nu reuşesc să mai înţeleg nimic.

Îţi poţi da seama foarte uşor că nu vei obţine efectul scontat prin răspunsurile de mai sus, ba, din contră, lucrurile se pot agrava!

De unde vinde puterea feedbackului?

Puterea feedbackului vine din faptul că el poate redresa, menţine o stare bună sau schimba un comportament. Feedbackul îi permite celuilalt să primească un răspuns vizavi de acţiunea lui. Feedbackul este constructiv când face referire numai la acţiunea în sine şi nimic altceva. Dacă într-adevăr vrei ca o persoana să ştie ce părere ai în legătură cu un anumit lucru, descrie acea stare pe care ai avut-o în momentul în care ai interacţionat cu lucrul respectiv!

De exemplu, reclamele sunt făcute pe principiul feedbackului. Acestea sunt acţiuni care vor să declanşeze în tine o pofta, o senzaţie,

un sentiment. Feedbackul rostit ar trebui să fie: „Aş mânca ciocolată când văd această reclamă!" sau „M-a făcut curios această reclamă!" sau „Nu am reuşit să înţeleg această reclamă!" Toate aceste afirmaţii descriu o reacţie a ta în momentul când ai interacţionat cu fenomenul respectiv. De exemplu, dacă-i spui producătorului reclamei că ţi se pare o reclamă bună, acesta va fi încântat, însă el nu a primit un feedback, el trebuie să afle ce ai simţit tu când ai văzut acea reclamă. Cu alte cuvinte, **feedbackul trebuie să fie descriptiv, nu evaluativ**!

Efectul de bumerang al feedbackului? A da un sfat, a face o sondare sau a critica un comportament nu este eficient. Acest lucru poate deveni eficient în cazuri foarte rare, însă ele nu permit individului să afle care este părerea ta despre un anumit lucru. Cu alte cuvinte, dacă te trezeşti că o să critici atunci când ţi s-a cerut doar un feedback, e foarte uşor ca celălalt să se aşeze pe poziţie conflictuală. Să nu fii mirat atunci, că tu doar i-ai spus adevărul, pentru că nu i-ai spus adevărul!

Fineţea feedbackului stă în a face diferenţa dintre persoană şi acţiune. Paradoxal, confuzia se face foarte des, cu toate că sunt două lucruri total diferite. Prin urmare, feedbackul trebuie să fie răspuns la un comportament, nu la persoana care are comportamentul respectiv, trebuie să fie raportat la obiectul discuţiei (masa, casa, maşina, sucul etc.), nu la posesorul sau viitorul posesor al acestuia. Adică, dacă nu îţi place maşina cuiva, feedback nu înseamnă că posesorul ei nu are gusturi bune, ci doar că nu este pe gustul tău!

Un feedback dat niciodată nu va putea fi contracarat, pentru că nimeni nu poate să-ţi spună că ţi-a plăcut atunci când nu ţi-a plăcut, nimeni nu poate să-şi spună că tu eşti trist atunci când te-a făcut fericit. Cu alte cuvinte, atunci când descrii o stare a ta (de supărare, de regret, de aşteptare, de încântare, de enervare etc.), partenerul tău de discuţie va avea o viziune exactă asupra a ceea ce simţi. Odată ce a primit acest răspuns, este decizia lui ce face mai departe. Puteţi hotărî chiar împreună ce ar fi de făcut, însă fenomenul numit feedback se încheie aici, odată cu descrierea reacţiei tale, cu descrierea stării tale!

Foarte important de menţionat în finalul acestui articol este că **atunci când primeşti un feedback, spune doar „Mulţumesc!". Nu trebuie nici să te cerţi, nici să contrazici, nici să dai feedback la feedback!**

DESPRE PUTEREA GÂNDULUI

Astăzi vom vorbi despre puterea gândului, despre ***cum ceea ce gândim ne influenţează viaţa de zi cu zi.*** Prin viaţă de zi cu zi înţelegem job, familie, relaţiile cu prietenii. ***A gândi înseamnă a imagina, a vă imagina că puteţi să…*** Înainte de a face orice lucru, vă veţi gândi. Vă veţi gândi la modul: „Aș putea să merg să fac cumpărături"; ei bine, vă imaginaţi cum ar fi să mergeţi. Dacă aveţi o senzaţie plăcută, veţi merge, dacă aveţi o senzaţie extrem de neplăcută, veţi face totul astfel încât să evitaţi această situaţie.

De cele mai multe ori, ***lucrurile devin realitate după ce noi le gândim.*** În momentul în care putem să ne imaginăm că suntem capabili să facem un anumit lucru, acel lucru devine realitate atunci când noi l-am făcut. ***Ceea ce gândim influenţează fiecare lucru pe care îl facem.*** De exemplu, atunci când aveţi un prieten/o prietenă, viitor soţ/soţie, aţi avut și situaţii în care v-aţi spus: „Știi, nu pot să mă văd cu el, nu pot să mă imaginez cu el în viitor." Din cauza acestui blocaj mental – de a nu vă putea imagina pe dumneavoastră într-o anumită situaţie – cel mai probabil în momentul în care vă veţi afla în situaţia respectivă, nu veţi face faţă.

Lucrurile devin realitate după ce sunt gândite. ***Gândul provoacă ceea ce urmează***. De exemplu, vă imaginaţi pe dumneavoastră ca un om de succes, vizualizaţi acest lucru, cum ar fi să fiţi un om de succes, și vă imaginaţi, probabil, că ar fi frumos.

Mulţi oameni nu pot să se imagineze pe ei ca având succes, pur și simplu nu pot. În acel moment, de cele mai multe ori, acea persoană nici nu va fi o persoană care va avea succes. Probabil vă întrebaţi care e legătura cu realitatea. Poate sunt simple coincidenţe sau pur și simplu nu ies lucrurile așa cum presupune această putere a gândului. ***Lucrurile sunt extrem de simple***. În momentul în care noi ne gândim o dată la un lucru, a doua oară, a treia, a patra oară, în mintea noastră se creează anumite sinapse care ne modelează modul de a gândi. În momentul în care vă gândiţi, vă imaginaţi pe dumneavoastră ca alergând pe un teren, de exemplu, citind o carte sau vă imaginaţi într-un club sau la o coadă la administraţie publică. ***Când vă imaginaţi, în realitate se întâmplă la fel.*** Acest lucru s-a demonstrat prin experimente, în sensul că au fost conectaţi sportivi la anumite aparate și au fost puși să-și imagineze că sunt într-o competiţie și că aleargă, să se imagineze pe ei în competiţia

respectivă. La fel, s-a organizat o competiție și a fost din nou măsurată activitatea cerebrală. ***Mintea noastră nu face foarte mare distincție între a imagina și a face efectiv lucrul respectiv.***

Practic, acest antrenament mental, de a ne imagina pe noi într-o anumită situaţie, ne ajută la a vedea mai uşor oportunităţile. Oportunităţile există peste tot în jurul nostru, unii le văd mai mult, alţii mai puţin. Drept urmare, este esenţial să puteţi să vă vizualizaţi pe dumneavoastră într-o anumită situaţie. Ce înseamnă acest „a vizualiza”? ***Să vă vizualizaţi, să simţiţi că sunteţi în situaţia respectivă. Cu cât vă veţi gândi mai mult la situaţia respectivă, cu atât probabilitatea să se întâmple acel lucru creşte.***

De exemplu, aveţi examen pentru școala de șoferi și vă imaginaţi pe dumneavoastră ca făcând o greșeală foarte mare. Vă imaginaţi la volan și vă gândiţi că veţi face o greșeală foarte mare, nu veţi fi atent la semafor, nu veţi vedea un pieton. În acest caz, vă programaţi pe dumneavoastră să reacţionaţi într-un anumit fel, într-un anumit moment. Adică, dacă ne-am programat pe noi, am putea să ne imaginăm că mă sui la volan, mă imaginez pe mine că văd semnele de circulaţie, schimb corespunzător vitezele ș.a.m.d. Dacă noi am putut să facem mental această operaţiune, cu siguranţă o vom putea face și fizic atunci când ajungem în situaţia respectivă.

Practic, această forţă a vizualizării este un antrenament mental pe care îl puteţi face în mod gratuit. Vă perfecţionaţi de fiecare dată când faceţi acest antrenament mental. ***Vizualizaţi, lăsaţi-vă visele să devină realitate.*** Nu degeaba se spune „mi-am văzut visul cu ochii”. Acest lucru înseamnă că, înainte de a se întâmpla în realitate, visaţi, vă doreaţi acel lucru și vă imaginaţi că este posibil, într-o măsură mai mare sau mai mică, dar vă imaginaţi că ar fi posibil.

În momentul în care putem să ne imaginăm pe noi într-o anumită situaţie, reacţionând într-un anumit fel, ne putem imagina pe noi ca pe acele persoane care văd oportunităţile din jurul lor, cu siguranţă că și în realitate se va întâmpla acest lucru. Există o vorbă veche care spune: ai grijă ce gândești pentru că gândurile tale vor deveni vorbe, ai grijă ce vorbești pentru că vorbele tale devin fapte. Așa este. Sau cum spunea ***Henry Ford: dacă tu crezi că poţi, poţi, dacă tu crezi că nu poţi, nu poţi.***

Prin urmare, **bucuraţi-vă, bucuraţi-vă de viaţă, zâmbiţi ori de câte ori aveţi ocazia și vizualizaţi-vă pe dumneavoastră ca pe o persoană bucuroasă.** Puteţi să vă imaginaţi ca pe o persoană care se bucură, care se bucură de viaţă, se bucură de prieteni, se bucură de fiecare lucru din viaţa lui. Puteţi să vă imaginaţi ca fiind o persoană care se bucură de absolut tot ce se întâmplă? **Acesta este primul pas – să vă puteţi imagina**. Cu siguranţă, în momentul în care veţi avea contact cu realitatea în legătură cu acele lucruri, automat veţi avea o reacţie, în consecinţă, vă veţi bucura.

Bucuraţi-vă, zâmbiţi, pentru că merită! În plus, acest antrenament mental de a vă vizualiza într-o anumită situaţie este un antrenament mental cu rezultate imediate. Acest antrenament mental este în mod gratuit și frumuseţea lui constă în faptul că puterea gândului este nemărginită, libertatea lui este totală, vă puteţi imagina că orice este posibil.

Practic, imaginaţia este o lume în care orice este posibil. Cu toate acestea, sunt persoane care nu pot să-și imagineze anumite lucruri. În momentul în care puteţi să vă imaginaţi, de cele mai multe ori dorinţa dumneavoastră este îndeplinită. E un fel de baghetă. Dacă nu puteţi să vă imaginaţi că veţi reuși absolut deloc, în acel moment lucrurile vor merge extrem, extrem de greu.

Prin urmare, **îndrăzniţi, visaţi, pentru că merită**! **Bucuraţi-vă de viaţă, bucuraţi-vă de slujbă și lăsaţi-vă dorinţele, lăsaţi-vă visele să devină realitate. Trebuie doar să le lăsaţi. Mult succes!**

Scris de Marian Rujoiu

EXERCIȚIU – CUM SĂ-ȚI DECLANȘEZI O STARE DE BINE

Sunt fel şi fel de metode destul de simple prin care poţi să-ţi declanșezi o stare de bine. Richard Bandler este un vârf de lance atunci când vorbim despre a rezolva lucrurile rapid în maniere foarte simple.

Richard Bandler era foarte interesat de o metodă folosită de un șaman pentru declanșarea stărilor de bine, astfel că indiferent cât a insistat Bandler, șamanul nu i-a împărtășit secretul. Legenda spune că Richard Bandler a smuls cu forţa secretul ţinându-l pe șaman deasupra unei prăpăstii, până când acesta i-a împărtășit secretul.

Atunci când ne simţim bine sau rău, avem anumite senzaţii în corpul nostru. Teama o simţim în piept, bucuria în stomac sau într-un alt mod propriu fiecărui om. Oamenilor, de exemplu, atunci când sunt nevoiţi să ţină o prezentare, teama le inundă tot corpul ca un fluid, sau simt cum le coboară din piept în picioare sau într-un alt fel.

Dacă ar fi să ne gândim la guvernarea ţării, e mai puţin important de dezbătut de ce suntem în situaţia în care suntem, cel mai important lucru ar trebui să fie găsirea unor soluţii rapide. De multe ori, problemele nu se rezolvă de la sine, doar cunoscând cauza. Astfel, și metoda lui Bandler se bazează pe găsirea unei soluţii rapide care să aibă un efect imediat.

Problemă de rezolvat: ai o stare apatică, lipsită de motivaţie, sau eşti lipsit de energie etc.

Cauzele unor asemenea probleme sunt simple de cele mai multe ori - facturi, rate la bancă, șefi sau colegi nesuferiţi etc. Pentru a rezolva asemenea probleme. primul lucru pe care-l poţi face este să-ţi declanșezi o stare de bine care să te ajute să te mobilizezi și să-ţi recapeţi energia. Tehnica e simplă, cu o singură condiţie: să vrei într-adevăr să-ţi schimbi starea și să parcurgi exerciţiul până la capăt.

Exerciţiu - ***Cum să te simţi mai bine (o vreme)***

Pasul 1 – identifică un moment (o situaţie) în care te-ai simţit excelent. Încearcă să faci o „călătorie” în acel moment. Observă ce

simţeai în acel moment, ce vedeai, ce auzeai. Fă acest pas în acel moment și încearcă să retrăiești momentul.

Pasul 2 – concentrează-te asupra senzaţiilor din corp, încearcă să respiri la fel, să simţi la fel. Poate vezi și o imagine mare sau o imagine mică la o anumită distanţă în raport cu corpul tău. Poţi încerca să închizi și ochii dacă te ajută și poţi vedea și intensifica culorile imaginii dacă te simţi confortabil. Vedeţi, auziţi și simţiţi la fel.

Pasul 3 – observă senzaţia din corp, unde este și încearcă să o descrii (culoare, densitate, mărime, formă, statică sau în mișcare etc.). Poate este în piept, poate într-un anume loc în stomac. Dacă te concentrezi, vei vedea că are și o anumită culoare, poate alb, roșu, verde, galben sau orice altă culoare. Găseşte această senzaţie în corp, simte ce mărime și ce formă are.

Pasul 4 - dacă te vei mai concentra puţin, vei observa că această senzaţie are o anumită mișcare. Dă-i voie să se miște și observă în ce sens se mișcă. Observă dacă se rotește pe orizontală sau pe verticală. Acum este momentul-cheie, intensifică senzaţia şi roteşte-o în tot corpul în sensul pe care l-ai găsit, cu viteză din ce în ce mai mare şi din ce în ce mai intensă. Roteşte-o pentru început în cercuri mici, apoi în cercuri mai mari și din ce în ce mai mari, până când vei simţi că acea senzaţie ţi-a inundat tot corpul. Permite acestei senzaţii să inunde tot corpul, fiecare celulă, începând de la cap până în vârful degetelor de la picioare. Acest proces poţi să-l faci timp de 1-4 minute până când simţi că tot corpul tău este plin de acea senzaţie plăcută, de o anumită culoare și de o anumită densitate.

Pasul 5 - gândește-te acum ce vei face în viitor (o zi, două, săptămâni) şi roteşte în continuare această senzaţie! Poate te gândeşti la viaţa personală sau poate la cea profesională, poate la o vacanţă sau poate la un proiect pe care-l aveţi în desfășurare.

Pasul 6 - fii surprins acum că te simţi mai bine :) Lasă această senzaţie să meargă cu tine în viitor. Acum te simţi mai bine, poate zâmbeşti sau poate te gândeşti că este mult prea simplu. Bucură-te de senzaţia pe care o ai. Acum poţi să porţi această stare de bine cu tine și poţi să alegi dacă vei repeta acest exerciţiu. Poţi să-l repeţi acum sau peste câteva ore. Observă efectul magic al acestui exerciţiu și fii conștient de cât este de ușor să te simţi mai bine.

Sper că acest exerciţiu a avut asupra ta un impact pozitiv. Dacă ai ales să nu faci acest exerciţiu este posibil chiar să nu vrei să te simţi mai bine, ceea ce nu-i un lucru neapărat rău. Este alegerea ta.

Închei spunându-vă o maximă care îmi place foarte mult: „Fiecare om este ceea ce este datorită alegerilor pe care le face”

Scris de Marian Rujoiu

CUM SĂ RECUNOȘTI ȘI SĂ TE FEREȘTI DE CELE 7 TIPURI DE VAMPIRI SOCIALI?

Vampirii sociali sunt peste tot, uneori sunt deghizaţi chiar în prieteni. Ce fac vampirii de obicei? Lasă fără energie și fără sânge victimele. De obicei aceștia acţionează pentru a-și transforma victimele tot în vampiri asemenea lor. Vampirii, așa cum îi știm din povești, din mituri sau din filme, seamănă foarte mult cu vampirii sociali din zilele noastre, numai că cei din zilele noastre sunt cu mult mai mulţi și acţionează mult mai rafinat.

Dacă vampirii mitici sugeau sângele victimelor până când victimele rămâneau fără vlagă și se transformau apoi în vampiri, vampirii moderni, vampirii de astăzi își secătuiesc victimele de energie. Energia este un dar preţios oferit omului. Energia ne ajută să acţionăm, să ne bucurăm, să muncim, să mergem, să avem rezultate, să iubim, să scriem, să învăţăm, să ne ajutăm semenii, să ne ajutăm pe noi, să zâmbim etc. Energia ne dă ocazia să facem tot ce-i plăcut și bine pentru noi și semenii noștri.

Acest subiect nu este unul comod pentru că poate deja intuiţi ce sunt de fapt vampirii sociali și poate cineva apropiat vouă sau chiar dumneavoastră aţi putea fi uneori, însă nu-i niciodată târziu să vă oferiţi ocazia de a deveni mai buni. Acest articol va fi însă util în primul rând oamenilor care vor să identifice vampirii sociali din jur și să se ferească de ei. Mai departe voi face o descriere a acestora și o clasificare, pentru a fi mai eficienţi în lupta cu ei, urmând ca apoi să dau câteva indicaţii despre cum ne putem feri de ei.

Vampirul neputinţei

Acest vampir social suge energia celor din jur spunându-le că nu or să reușească niciodată. Dacă întâlnește un om care și-a propus să realizeze ceva, face tot posibilul pentru a-l seca de energie. Îi repetă la nesfârșit că nu va reuși niciodată, că este prea greu, că este imposibil sau că este nerealist. Va încerca să-l convingă pe toate căile că trăiește cu capul în nori, că nu este racordat la realitate. Asemenea vampirilor, acesta încearcă să-și convingă victima să devină una asemenea lui, adică o persoană lipsită de energie și de încredere în forţele proprii. Vedem, așadar, cât de rafinat acţionează acest vampir. Recunoaștem rapid acest vampir întrucât nu a realizat mai nimic niciodată și ca urmare nu

permite celor din jurul lor să realizeze ceva, fie că este vorba de viaţa personală, fie că este vorba de viaţa profesională.

Vampirul invidei

Acest vampir atacă acei oameni care au deja realizări. El încearcă să-i convingă pe cei care au realizat ceva că este cu totul întâmplător, puteau să eșueze la fel de bine. El spune fie că au realizat pe căi necinstite, fie că au avut un noroc care nu va ţine mult. Acești vampiri invidiază oamenii care au un mic business sau unul mare, îi invidiază pe cei care au acumulat ceva material, ajungându-se până la invidii mai rafinate cum ar fi: invidiază familiile care sunt fericite, care au copii fericiţi. Acești vampiri sociali cufundaţi în nimicnicia lor invidiază tot ce este bun în lume. Asemenea vampirilor neputinţei, nici ei nu reușesc să aibă nimic bun în viaţă din simplul motiv că aceste gânduri negative nu vor atrage nimic bun în viaţa lor. Cu cât vor gândi mai murdar, cu atât viaţa lor va fi mai murdară. Este o lege simplă care funcţionează în tot universul. Primești ceea ce oferi! Ei vor oferi doar invidie și gelozie, vor fi permanent nefericiţi și au un scop precis în a ataca semenii și prietenii lor care au succes și sunt fericiţi. Ei încearcă să intre în viaţa lor să distrugă tot ce este bun, iar dacă nu reușesc încearcă în cercul lor social să facă acest lucru. Izolat, aceștia au și reușite, lucru care-i motivează să continue demersul lor absurd.

Vampirul greșelii

Acest vampir stă la pândă zile, luni, săptămâni în șir pândind greșeli. Pe acest vampir îl vom întâlni la tot pasul, la serviciu, în familii, în diferite cercuri sociale. Vei recunoaște ușor acest vampir întrucât vei observa că este fericit când găsește victime care au făcut greșeli. Atunci acţionează cu brutalitate având în același timp o licărire ciudată în priviri, bucuros că în sfârșit ai greșit. Imediat ce identifică o greșeală, ei sar asupra victimei secătuind-o de energie. Ei extrapolează greșeala reducând sensul vieţii persoanei în cauză la greșeala respectivă. Acest vampir are avantajul că poate identifica concret o problemă. Scopul acestui vampir este de a distruge încrederea în sine a persoanei și de a arăta celor din jur acest caz. Cu cât va identifica mai multe victime, cu atât se va hrăni mai mult și va deveni mai puternic. Acesta suge energia victimelor mergând până la a distruge o carieră sau o viaţă personală. La fel ca și ceilalţi vampiri, încearcă sa câștige adepţi din rândul victimelor. De obicei, pe acești vampiri îi vei reunoaște ușor pentru că nu încearcă să facă nimic deosebit cu viaţa lor. Teama de a greși este atât de mare pentru ei că vor accepta să facă numai acele lucruri care

presupun un grad de risc foarte scăzut. Uneori acești vampiri merg până acolo și creează un mediu în care victimele pot să greșească - într-un anumit fel de a spune, ei întind capacane.

Vampirul conflictelor

În acest caz avem de-a face cu un vampir rafinat. În forma lui cea mai simplă el intră în conflict cu diferiţi oameni secătuindu-i de energie. Forma periculoasă a acestor vampiri sociali este devastatoare când generează conflicte între oameni. El dezvoltă strategii prin care reușește să pună două persoane în conflict sau două grupuri. Merge oarecum și după principiul „dezbină și stăpânește". Pe parcurs va interveni discret în conflict, ajutând fiecare parte. Scopul lui nu este să câștige o anumită parte, ci să genereze acel conflict imens care va reuși să devasteze ambele părţi. Uneori, după ce a provocat conflictul, încearcă să joace rolul salvatorului, încercând să medieze conflictul între cele două părţi, când de fapt scopul lui real este să se asigure că acel conflict va continua până la final. Acești vampiri vor deveni mai puternici pe măsură ce generează mai multe conflicte. Uneori, generând un conflict, urmăresc atingerea unui scop mai egoist pentru ei (acumulare materială, avansare în carieră etc.).

Vampirul binelui

Această specie de vampiri este destul de greu de identificat. Ei joacă rolul salvatorilor de obicei și se deosebesc cu greu de salvatorii autentici. Acești vampiri simulează că doresc binele semenilor sau al societăţii, când de fapt această atitudine o folosesc doar pentru a deschide uși. Aceștia sunt un fel de diavoli care umblă cu icoane în mână. Acești vampiri sunt cei care lucrează cu o agendă ascunsă, au planuri bine puse la punct, efectele fiind cu atât mai devastatoare cu cât apar mai tarziu. Acești vampiri nu au o inimă cu adevărat curată, ei căutând victime inocente cu ajutorul cărora să-și pună planul în aplicare. Când întâlnești un salvator încearcă să gândești mai mult în perspectivă, să vezi care sunt consecinţele acţiunilor propuse peste un an sau mai mult, cere detalii și cercetează aspecte în aparenţă neimportante. În plus, poţi verfica informaţiile prezentate de aceștia pentru a te asigura dacă ai de-a face cu un salvator autentic sau cu un vampir deghizat.

Vampirul aroganţei

Această specie de vampiri sociali se consideră atotștiutori. Ei minimizează orice efort, se consideră superiori și au un sentiment plăcut când cei din jurul lor se simt triști, neplăcuţi sau neputincioși. Vampirul

aroganţei pretinde că are toate răspunsurile din lume, singurele opinii adevărate fiind ale lui. El este centrul universului! Îi lipsește măsura, respectul și bunul simţ. Seacă de energie pe cei din jurul lui prin atitudinea sa, prin minimizarea oricărui efort depus de cei din jur, nimic nefiindu-i pe plac. În esenţă acest vampir îţi ascunde slăbiciunile și neputinţa.

Vampirul victimizării

Aceasta este o specie de vampiri rafinaţi. Ei caută atenţie permanent și se victimizează. Ei vor să se înconjoare de salvatori, însă nu vor permite nimănui să-i salveze cu adevărat pentru că rolul de victimă este unul pe care-l vor juca toată viaţa în unele cazuri. Aceşti vampiri acuză societatea, acuză colegii sau partenerii de viaţă de situaţia în care se află. Aceştia se plâng în permanenţă dând vina pe soartă pentru situaţia în care se află. Dând vina pe soartă ei au scuza de a nu ieși din această situaţie. Ei strâng continuu dovezi că sunt victime. Ei își sug de energie potenţialii salvatori, scopul lor fiind acela de a strânge adepţi. Vampirii victimizării nu se simt responsabili de situaţia în care se află și asemenea vampirilor invidei vor încerca să distrugă armonia acolo unde o identifică. Ei joacă rolul de victimă nu doar în cercuri sociale, ei intervin chiar la serviciu sau în cupluri fericite. Sunt fericiţi dacă fac parte dintr-o dramă unde joacă rolul principal. La cel mai mic semn că pot fi salvaţi, fug și își caută alt salvator. Cerșesc o fericire și o atenţie care nu folosesc la nimic, nici pentru ei, nici pentru alţii, doar seacă de energie victimele. Aceşti vampiri sociali sunt deosebit de periculoși întrucât apelează la ce-i mai bun în oameni, și anume dorinţa acestora de a ajuta. Aceste victime sunt fericite dacă găsesc foarte mulţi salvatori și cu cât vor avea mai mulţi, cu atât vor crede mai mult că sunt într-adevăr victime.

8. Vampirul lipitoare

Acest al optulea tip de vampir l-am introdus ca urmare a sugestiei unui cititor al articolului. Mi-a explicat și într-adevăr este un tip de vampir care merită menţionat. Acest vampir te sufocă, îţi ia timpul și atenţia. Te inundă cu problemele lui și nu-ţi mai dă drumul. Este diferit de vampirul victimizării, acesta doar se plânge și se victimizează pe când vampirul lipitoare se ţine după tine, te caută și se hrănește cu energia ta. Nu oferă la schimb mare lucru și te obosește teribil! Poate să vrea banii tăi uneori, imaginea ta sau poate doar timpul tău, însă este suficient și numai timpul. Iată cum l-a descris persoana care mi-a sugerat această categorie: *„Lipitoarea nu acceptă orice victimă ca*

vampirul (cel puţin aşa văd eu). Vampirul se hrăneşte cu energia oricui sau a tuturor din jurul lui. Lipitoarea îşi alege potenţialele ţinte. Vine încet în apropierea ta şi de regulă prin recomandări. Nu-şi permite să se prindă de un picior slab. Cu cât mai gras, cu cât are pielea mai fină... cu atât mai bine. Doar n-o să muncească să-ţi niveleze crăpăturile din călcâie. Şi nu mă refer la gras = salariu mare = dividende sau bani, la orice ai mult tu şi ea poate lua... Şi trebuie să ia de la tine pentru că... ea nu poate. Odată venită lângă tine, îţi va face complimente. Va încerca să te flateze... «Uite de ce te-am ales pe tine» şi va începe pregătirea locului pentru plasarea ventuzei. De acum încolo veţi fi împreună, la masă, la serviciu, în concediu, la şcoală."

CUM NE APĂRĂM?

S-ar putea expune soluţii separate pentru fiecare specie, în esenţă toate au un numitor comun. Aceşti vampiri sug energia celor din jur, întind capcane şi caută să convertească alţi oameni. Fiecare dintre aceşti vampiri a făcut din stilul său un mod de viaţă, o credinţă de nestrămutat. Modul lor de a fi şi de a acţiona ascunde lipsa unor valori, ascunde slăbiciuni şi semne ale unei neputinţe de a se racorda social. Aceste specii de vampiri sociali pot fi rezultatul unui dezechilibru emoţional sau al unor tulburări comportamentale. Vampirii sociali, sau energetici cum mai sunt numiţi, au devenit astfel ca urmare a convertirii lor de către alţi vampiri.

Ca în cazul oricărui lucru de care dorim să ne apărăm, este nevoie în primul rând să recunoaştem pericolul. Să identificăm corect atunci când avem de-a face cu un vampir social şi să nu reacţionăm imediat. Atenţie, aceşti vampiri nu se vor mulţumi să vă retrageţi, vă vor urmări până intraţi în acord cu ei. Prin urmare, paşii apărării sunt următorii:

1. Identificăm corect vampirul cu care avem de-a face.
2. Nu reacţionăm imediat.
3. Încercăm o retragere elegantă (de preferat să ne retragem cu mult înainte de a ne prinde în jocul lor).
4. Dacă suntem totuşi prinşi în jocul acestor vampiri sociali, este inutil să încercăm să ne luptăm cu ei. Trebuie numai să ducem o luptă cu noi pentru a ne păstra cumpătul, valorile şi direcţiile de acţiune stabilite iniţial şi să ieşim din joc pe cât posibil de repede.
5. Limitează pe cât posibil timpul petrecut cu aceşti vampiri.
6. Construieşte-ţi o aură şi imaginează-ţi că nimic nu poate trece prin ea. Nimic rău nu va intra, la fel cum nimic pozitiv din ceea ce ai nu

va ieși. Vizualizează această aură, zâmbește și fii optimist. Este un remediu bun care va îndepărta vampirii.

7. Poţi încerca folosindu-te de respiraţie, atunci când un asemenea vampir se năspustește asupra ta să-ţi sugă energia. Inspiră profund de 5-6 ori, gândește-te la lucrurile cu adevărat importante pentru tine și fii fericit/ă că nu te-a prins în capcană.

8. Nu-i contrazice, dar nici nu te pune de acord cu ei. Încearcă să adopţi o poziţie neutră pe cât posibil. Este cea mai sigură atitudine care va bloca vampirul social să devină extrem de violent.

9. Păstrează distanţa faţă de acești vampiri, de cel puţin câţiva metri, nu-i lăsa să intre în spaţiul tău intim. Nu le face favoruri, dar nici nu încerca să-i distrugi. Încercând să te lupţi cu ei, aceștia vor deveni mai puternici.

10. Dezvoltă-te, perfecţionează-te și crezi în puterile tale și în potenţialul celor din jurul tău.

Doresc să menţionez că sunt aspecte negative și aspecte pozitive în comportamentul acestor vampiri. Poate sunt și victime reale sau critici pertinenţi de exemplu. Problema apare când acestea sunt puse în slujba răului și vampirii devin tot mai răi, tot mai agresivi, tot mai nimicitori cu semenii lor. Aceste specii de vampiri nu apar neapărat doar prin formele enunţate, pot fi și combinaţii între două sau mai multe tipuri de vampiri sau alte tipologii la care eu nu m-am gândit.

Această clasificare a vampirilor a vizat persoanele care și-au făcut un mod de viaţă din această abordare, persoanele care se hrănesc cu energia celor din jur! Aceste tipuri de vampiri nu se referă la cazuri izolate sau comportamente ocazionale. Fiecare dintre noi la un moment dat poate avea ceva dintr-un anumit vampir, este însă un drum foarte lung până la „vampir de profesie” și încadrarea lui în această categorie. Prin urmare, nu-i cazul să-ţi faci griji dacă uneori reacţionezi asemenea unui vampir, este natural! Întreabă-te numai cât de des te comporţi asemenea unui vampir și atunci o să obţii răspunsul corect!

Acești vampiri sociali pot fi salvaţi, cu greu însă. Necesită timp, perseverenţă, diplomaţie și răbdare. Poate în viitor voi expune și metode de convertire a acestor vampiri în oameni.

Ce faci dacă ești unul din acești vampiri? Ai varianta de a continua, convins fiind că nu vei aduce nimic bun în viaţa ta, sau poate vei

conștientiza că poţi și meriţi mai mult! Poţi să iubești, să ierţi, să zâmbești, să-ţi faci un rost în viaţă. Soluţii există, sunt mai aproape decât îţi închipui.

Închei cu speranţa că v-a fost utilă această abordare. Sper ca de acum să vă feriţi mai mult de acești vampiri sociali și să vă ţineţi la distanţă. Vampirii care nu vor fi pregătiţi să renunţe la acest mod de a fi cu siguranţă vor nega cele scrise. Este în regulă, va veni un timp când veţi fi pregătiţi cu adevărat. Îndrăzniţi să visaţi și să speraţi! Fiţi mai toleranţi și iubiţi-i mai mult pe cei de lângă voi și tot ce este bun în voi. Voi fi bucuros să primesc feedbackul vostru pe e-mail (manager@traininguri.ro) sau printr-un comentariu.

Scris de Marian Rujoiu

CUM SĂ MODELEZI VAMPIRII SOCIALI DIN VIAȚA TA?

Am scris articolul cu: *„Cum recunoști și te ferești de cele 8 tipuri de vampiri sociali!”* A fost un subiect comentat și am primit o mulţime de e-mailuri. Din momentul publicării au fost ore în care doar răspundeam întrebărilor venite pe marginea lui. Articolul îl puteţi vedea accesând acest link: http://www.traininguri.ro/ro/cum-sa-recunosti-si-sa-te-feresti-de-cele-7-tipuri-de-vampiri-sociali/

Vampirii sociali, cei care ne seacă de energie, i-am împărţit în următoarele categorii, iniţial 7, apoi am mai adăugat una:

1. Vampirul neputinţei
2. Vampirul invidiei
3. Vampirul greșelii
4. Vampirul conflictelor
5. Vampirul binelui
6. Vampirul aroganţei
7. Vampirul victimizării
8. Vampirul lipitoare

Articolul prezintă și un scurt îndrumar: *„Cum să te ferești de aceștia”*. E-mailurile și comentariile primite s-au împărţit în mai multe tabere:

Tabăra 1: „Totuși sunt mulţi, noi ce facem?” Pe scurt, răspunsul meu a fost: *„Luptăm și ne ferim de ei, altfel ne vom transforma în **vampirul victimizării**, luând ca principală scuză faptul că sunt prea mulţi. În același timp, vom juca și rolul **vampirului neputinţei,** spunând că e prea greu. Până la urmă noi alegem!”*

Tabăra 2: Persoanele care au înţeles, ca urmare a parcurgerii acestui subiect, mai multe lucruri despre ei și despre cei din jur. Au înţeles de ce rămâneau fără energie în preajma acestor vampiri, au învăţat cum să-i recunoască și cum să se ferească de ei. În această categorie au intrat cei mai mulţi cititori.

Tabăra 3: Persoane care nu au fost în asentimentul subiectului abordat! Poate erau doar vampiri și nu erau pregătiţi să renunţe la acest mod de viaţă. Recunosc, această tabără a fost una destul de mică. Având

în vedere francheţea subiectului, mă aşteptam la mult mai mulţi în această categorie, însă au fost surprinzător de puţini.

Tabăra 4: Reprezintă și motivul pentru care am decis să scriu o a doua parte la acest articol. Acești oameni sunt cu adevărat preocupaţi de acest subiect, iar întrebarea lor nu este cum să se ferească de ei, ci cum să facă dacă trăiesc cu unul dintre aceștia (soţ/ie, prieten/ă, partener de viaţă etc.). Eu, în articol, prezentasem soluţii despre cum să ne ferim de ei! Evident, această tabără ar vrea soluţii pentru a convieţui cu ei, și nu pentru a fugi. Problema ridicată este cât se poate de serioasă. Să te ferești de un rău este o soluţie naturală și imediată! În medicină, uneori ne trezim bolnavi și dorim un tratament. Uneori cei dragi se îmbolnăvesc și ultimul lucru pe care-l vom face este să fugim, vom încerca să-i ajutăm, să-i ducem la cei mai buni medici. Așa este și în acest caz, ne interesează soluţii pentru a-i face să scape de acest stil de viaţă. Îi iubim pe acești oameni, însă simţim că prin schimbarea lor relaţia noastră ar fi mai plină de energie, mai armonioasă, mai benefică ambelor părţi. Am analizat mult această situaţie și mi-am dat seama că este o problemă foarte serioasă, motiv pentru care ar merita soluţii și sfaturi serioase. Eu o să expun o parte din aceste soluţii și, bineînţeles, cu ajutorul vostru, vom mări această paletă de sfaturi!

Mai jos aveţi „trusa de prim ajutor" atunci când partenerii voștri de viaţă sunt vampiri sociali. Conţine 5 indicaţii care permit schimbarea comportamentelor celor din jur sau cel puţin asigură premise sau puncte de plecare pe care le putem lua în considerare:

1. Ia o decizie categorică: lupți să-l schimbi sau pui punct și fiecare își vede de viaţă. Este o decizie grea, însă trebuie asumată! A pune punct poate însemna multă suferinţă, iar a încerca să schimbi presupune efort, fără o garanţie absolută privind reușita! Acesta este primul pas!

2. Trage aer în piept și exersează tu pentru 7-14 zile cel puțin schimbarea pe care ţi-o dorești. Dacă ar fi să-l citez pe Ghandi, aș spune: *„Fii tu schimbarea pe care vrei să o vezi în lume".* A te schimba nu înseamnă a te situa la polul opus, ci pur și simplu poţi oferi un exemplu. Ai nevoie în primul rând să gândești pozitiv. Îţi pot fi utile o serie de resurse precum:

a. Vizionează filmul „The Secret" (http://www.thesecret.tv/)

b. Citeşte „Ghidul Tips & Tricks pentru a fi mai fericit". Se poate descărca gratuit de aici: (http://www.traininguri.ro/ro/ghid-tips-tricks-pentru-a-fi-mai-fericit/

c. Participă la evenimente, cursuri, conferinţe, citește și înconjoară-te de oameni care îţi pot oferi energie pozitivă, încredere, succes. Oferă-ţi ţie acele experienţe care îţi dau ocazia să devii tu schimbarea pe care o vrei de la partener/parteneră.

d. Nu fă caz din acest lucru faţă de partener. Acţionează și comportă-te direct. Nu-i reproșa nimic, nu fă caz din atitudinea ta. Tu doar oferă-ţi experienţe plăcute și vei vedea curând transformări la tine. Relaxează-te, nu te chinui să măsori progresul sau schimbările, ele vor veni pur și simplu.

3. După ce ai trecut de faza 2, ***îmbunătățește-ţi relaţia cu partenerul/partenera***. Învaţă să faci faţă cu brio conversaţiilor dificile. În acest fel vei elimina din tensiunile inerente unei vieţi de cuplu. Îţi recomand să citești cel puţin acest articol și să încerci să-l pui în aplicare: http://www.marian-rujoiu.ro/conversatii-dificile-si-solutii/ Cu puţin exerciţiu vei reuși cu siguranţă! Atât acest sfat cât și cele anterioare, dincolo de a-ţi folosi în relaţia de cuplu, te pot ajuta în general pentru a deveni o persoană echilibrată, pozitivă, armonioasă, ce construiește relaţii de durată.

4. Odată ce ţi-ai îmbunătăţit relaţia, treci la pasul următor. Nu încerca să-l convingi prin argumente că lucrurile pot sta diferit, ci oferă-i acum un spectru de experienţe din care să înţeleagă că poate aborda și altfel lucrurile. Pentru a modifica o convingere sau un fel de a fi al unui om trebuie să influenţezi experienţele pe care acesta le are. Profită de orice ocazie pentru a-i adăuga experienţele care pot declanșa schimbări/îmbunătăţiri. Aici va fi necesar ca în funcţie de vampir să identifici experienţele potrivite. De exemplu, vampirului neputinţei demonstrează-i că a reușit chiar și atunci când a crezut că nu-i posibil! Sau poţi să-i prezinţi diferite cazuri în care premisele reușitei erau mici, însă persoana a reușit. Te poţi gândi de asemenea la filme pe care să le vizionaţi împreună acasă sau la cinematograf sau provoacă-l să facă ceva ce nu a făcut niciodată, pentru că era considerat imposibil. Poate fi vorba de schiat, patinat sau orice îi este mai la îndemână. Acestea sunt doar câteva exemple pentru vampirul neputinţei.

Se va particulariza de la caz la caz, de la vampir la vampir. Poţi să faci o listă cu experienţele pe care te-ai gândit să i le oferi, mi-o poţi trimite pe manager@traininguri.ro și-ţi voi oferi feedbackul meu. Modificarea registrului de exerienţe ar putea fi construită plecând de la următoarele principii:

Aplică elegant (nu agresa și nici nu brusca partenerul/partenera)

Pornește mai întâi încet și apoi mărește intensitatea (nu-l sufoca cu „noile" experienţe. O experienţă nouă la câteva zile este de ajuns.

Perseverează și fă din acest lucru ceva plăcut, pentru tine, pentru el/ea sau pentru cuplu. Va fi o ocazie frumoasă să spargeţi o eventuală monotonie instalată în cuplu

Oamenii se schimbă cu greu și o știm de pe propria piele. Statistic, pentru schimbarea unui comportament este necesar să faci un lucru nou de cel puţin 21 de ori pentru ca acesta să devină obișnuinţă. Schimbarea poate să apară dintr-odată, însă cel mai probil va apărea treptat, în câteva săptămâni sau chiar luni de zile

5. ***În acest pas vei începe să devii mai persuasiv/ă***. Vei începe să lucrezi direct la problemă. Pașii de mai sus reprezintă pregătirea terenului, la fel cum pregătești terenul pentru semănat. Ai amenajat, ai muncit și ai creat un mediu propice. Acum vei începe să semeni, apoi să îngrijești pentru a culege roadele. Pentru acest pas îţi recomand aprofundarea tehnicilor NLP (Programare Nerolingvistică). Vei deveni mai flexibil/ă, mai echilibrat/ă și mai apt/ă să declanșezi schimbări esenţiale. Îţi recomand cărţi de NLP Editura Vidia: www.vidia.ro sau Editura Curtea Veche (www.curteaveche.ro). Dacă nu te-ai decis cu ce să începi și ai mai multe variante, îmi dai un e-mail și te voi sprijini. Mai poţi accesa un curs de Persuasiune și Influenţare, detaliile le găsești aici: http://www.traininguri.ro/ro/modul-iv-curs-strategie-si-persuasiune/ și opţional un curs de negociere: http://www.traininguri.ro/ro/curs-tehnici-de-negociere/ Principiile sunt simple, necesită însă antrenament pentru o bună punere în aplicare:

1. *accepţi păreri chiar dacă nu ești de acord;*

2. crești toleranţa fără să te victimizezi;

4. îi accepţi punctul de vedere pentru câteva momente urmând apoi să redirecţionezi;

5. faci un raport bun: respiraţie, ton, intonaţie, poziţie etc.;

6. nu ataci poziția lui, intri pe aceeași lungime de undă, iar apoi îl ghidezi.

Aceștia sunt 5 pași pe care ţi-i recomand. După ce ai ajuns la pasul 5, reiei ciclul și-l adaptezi situaţiei. Te schimbi, îţi oferi experienţe plăcute, aplanezi conflicte, îi oferi experienţe și convingi. Practic, vei combina toţi acești pași. Poate te uiţi la cele scrise și te gândești că e greu! Felicitări! În acest caz este posibil ca tu să fii vampirul, și nu partenerul. Dacă într-adevăr vrei să schimbi ceva, poţi depune efort și vei genera rezultate excelente.

Estimez că rezultatele or să apară, însă poate te îndoiești și preferi să nu mai începi acest drum. Dacă ţi se pare prea greu, te poţi opri sperând ca lucrurile să se schimbe de la sine: nu este exclus să se întâmple așa, însă este puţin probabil. Alegând pariul efortului și al perseverenţei, dacă te vei uita mai atent vei constata că tot ceea ce faci va contribui în primul rând la fericirea ta, la binele tău și la dezvoltarea ta personală!

Scris de Marian Rujoiu

DESPRE CONCEDIERE

Da, mi s-a întâmplat și mie, am simţit pe pielea mea cum este să fii chemat într-o vineri după-amiază, cu trei zile înainte de concediu, în biroul șefului și să ţi se spună un „pa" voalat, să se ridice umerii nonșalant, iar privirile să spună compătimitor „asta e viaţa". Motivul evenimentului inopinat nu are sens să fie dezbătut acum. **Experienţa** în sine, însă, merită să fie comentată.

Primul impact.

Trebuie să recunosc că șutul primit a fost cam cu elan, iar impactul zdravăn. Evident, au început să se nască **gânduri** de genul: ce fac mai departe (cu atât mai mult cu cât lucram într-o industrie de nișă), cum mă va afecta pe mine criza, cât de repede îmi voi găsi job, ce impact va avea asupra mea experienţa concedierii, cât de repede mă voi „ridica", dacă am greșit eu… și lista poate continua.

Gândurile de după primul impact. Primele reacţii nu m-au transformat într-un munte de optimism, din contră. Totuși, glasul raţiunii și-a făcut loc, făcându-mă să înţeleg că în situaţia dată nu avea sens să-mi pun singură piedică printr-o gândire nagativistă. Mi-am amintit cum, într-una din frunzărelile de pe net, am dat peste un articol în care Erik Kish vorbea despre **o perspectivă mai puţin uzuală a concedierii.**

Această perspectivă se poate naște odată cu **modul optimist în care putem alege să vedem lucrurile.** Dacă am putea să vedem partea plină a paharului, să redescoperim motivaţii personale cheie, sau dacă ne-am întrece pe sine prin antrenarea unor energii noi, de adaptare la schimbare, scenariul descris de el nu ar mai părea paradoxal și improbabil de realizat:

„Cel puţin 20 de oameni au venit și mi-au mulţumit că i-am dat afară. Când cineva te dă afară, îţi creează oportunităţi pe care nu le vezi. Oamenii văd în datul afară un dezastru. Este o oportunitate. Eu îmi doresc câteodată să mă dea cineva afară" - a declarat, joi, vicepreședintele Rompetrol Eric Kish, la a treia ediţie a seminarului PR Forum.— bloombiz.ro

Am încercat încet-încet să fac din concediere provocarea despre care vorbea Erik Kish și să văd experienţa ca fiind una pozitivă. Citisem

pe un blog de self development (dumblittleman.com) cum **rezistența creierului la schimbare** se face prin construirea unei rețele neuronale, alimentată de gânduri și sentimente noi, care ajuta procesului de familiarizare cu evenimentul în cauză.

Pentru că acele rețele neuronale sunt nou formate, **modul de comportare, gândire sau trăire, va fi încet și dificil.** În timp, însă, prin repetiție, vor deveni un mod natural de gândire.

Aceste tehnici de „antrenare" a creierului nu sunt deloc facile și, cum tot doream să le experimentez, mi-am propus să încerc să le asociez cu **beneficiile gândirii optimiste.** Am văzut părțile bune ale problemei.

Și ce ar putea să fie benefic atunci când îți pierzi locul de muncă? Primul lucru la care mă gândesc este **timpul**. Timp pentru noi, timp pentru a descoperi cărți, cum este cea a lui Tom Hodgkinson, „Cum am ales libertatea" – mic tratat pentru o viață fără griji, pentru a scăpa de agitația unei zile de muncă, timp pentru a sări peste trezitul de dimineață devreme, timp pentru a gândi ce vrem să facem mai departe… timp mai mult, măcar pentru o vreme.

Schimbări acceptate

Fără job și cu timp berechet de aplicat, am început în forță **căutarea unui alt job.** Evident, în același domeniu și pe aceeași poziție, doar asta îmi era cel mai la îndemână, nu? M-am gândit totuși dacă mi-ar plăcea să fac și altceva și dacă sunt cu adevărat convinsă că acesta de până acum este drumul pe care vreau să merg mai departe.

Am alungat însă repede această idee… părea a fi mult prea greu de digerat și asta pentru că lucram de ceva timp în industria IT, acumulasem experiență și se câștigau bani frumoși.

Importanța timpului

Pentru că angajatorii nu s-au aruncat să mă contacteze imediat ce am depus CV-ul, am avut timp și să gândesc, să mă ascult, să-mi dau seama **ce vreau să fac cu adevărat și care sunt înclinațiile și punctele mele forte.** Oare mă folosisem până acum de ele în alegerile pe care le-am facut?

Mereu am invidiat oamenii care își fac cu pasiune meseria. Eu m-am numărat printre ei? Dacă nu pot răspunde cu un „da” hotărât, **de ce să nu privesc această schimbare forţată ca pe un pas spre „mai bine”?** Am ales acest subiect ca topic principal în discuţiile cu prietenii, familia și, nu în ultimul rând, cu persoane avizate.

Treptat, s-a conturat un sens și am găsit un punct de pornire, înţelegând că fiecăruia dintre noi îi este natural și la îndemână un ceva anume. Cât eram de conștientă de atuurile personale și în ce măsură mă ghideseră până acum în alegerile profesionale făcute?

Abia acum realizez că lucrurile nu trebuie schimbate radical și cum paşii mărunţi mă lasă să mă apropii mai încet, este drept, dar mai sigur de ceea ce încerc să găsesc. De ce să nu ne oferim timpul de care avem nevoie ca **să înţelegem ce vrem să facem de fapt?** Timp să experimentăm mai ales, să acţionăm, să vedem ce ne place și ce nu.

Pornim în viaţă de mici, învăţaţi că trebuie să știm ce vrem să ne facem când suntem mari. Răspunsuri ca medic, avocat, învăţătoare primesc înapoi mângâieri tandre pe creștet. Câți dintre noi însă **urmăm aceste vise** și ce facem dacă, mari fiind, găsim dificultate în a descoperi acea ocupaţie?

Dacă analizăm evenimentele profesionale mai importante din viaţa noastră, realizăm că **puţini suntem cei care au devenit la maturitate oglinda viselor din copilărie.** O mare parte din întâmplările care ne-au marcat sunt produsul unei anumite conjuncturi, a unei intersecţii de drumuri și fapte, de cele mai multe ori neplanificate. Detașându-ne de concepţia implacabilă a unui „dat”, vedem ca într-o piesă de teatru cum, în acele momente decisive, au fost prezenţi actorii – noi sau persoane care ne-au influenţat, scena – locul întâlnirii și scenariul – toate faptele și întâmplările care ne-au adus în acel moment și loc.

Navigăm într-o reţea de oportunităţi, întâlniri, despărţiri, eșecuri sau realizări. De noi depinde însă să stabilim impactul fiecărei experienţe asupra traiectoriei pe care vrem să o urmăm în viaţă, la un moment dat. O concediere poate fi - de ce nu? - un punct propice de schimbare în carieră, așa cum o promovare poate fi confirmarea unui job care nu ne place, indiferent de poziţia pe care o ocupăm.

Scris de Alina Buzatu

CUM AFLI CARE ÎȚI ESTE VOCAȚIA?

Observ tot mai mulţi oameni care se învârt între a se simţi bine cu ceea ce fac şi a se simţi dezamăgiţi de ceea ce fac. Şi aici sunt mai multe aspecte de luat în calcul. Spre exemplu, poţi face ceva ce iniţial nu-ţi face plăcere, ulterior începând să-ţi aducă satisfacţie. Asta e descoperirea de sine sau găsirea valorilor interioare. O a doua variantă este în felul următor: începi să faci ceea ce crezi că-ţi face plăcere şi ajungi la o concluzie din următoarele două: fie iubești ceea ce considerai că-ţi place iniţial, fie ajungi la concluzia că ceea ce faci acum nu este tocmai cel mai potrivit lucru pentru tine.

Sintetizând cele de mai sus ajungem la o concluzie foarte simplă, și anume că pentru a-ţi descoperi vocaţia e necesar să faci alegeri. Alegi o alternativă în detrimentul alteia. De cele mai multe ori, asta provoacă frustrări în rândul oamenilor, pentru că nu știu cum să se comporte cu situaţia curentă.

Spre exemplu, alegi să mergi la Facultatea de Matematică și Informatică, deși ai o pasiune și pentru istorie. Începi să crezi că domeniul matematic este cel care te pasionează, iar istoria rămâne prăfuită într-o cutie a amintirilor. Pe măsură ce începi să dai examene la Facultatea de Matematică începi să-ţi pui întrebări: „Oare nu era mai bine să fi mers la Istorie?” Derulându-se tot mai mult sesiunea, frustrările se acumulează și ești extrem de dezamăgit: „Cu siguranţă era mult mai bine la Istorie. Ce greșeală am făcut!” În mintea ta se formează deja concluzia că ar fi fost mult mai bine la Istorie, prin prisma faptului că ai primit ceea ce nu te așteptai din partea Facultăţii de Matematică și Informatică. Deși nu ai idee cum ar fi fost experienţa la Facultatea de Istorie, ești foarte convins că ar fi fost mai frumos decât la Matematică.

Acest fapt reflectă tendinţa tot mai mare de schimbare a oamenilor. Lucrurile evoluează cu viteză, ceea ce în urmă cu 10 ani făceau 100 de oameni acum face un singur om cu un calculator. Cei proactivi merg în ritm cu schimbările și sunt deschiși oportunităţilor, făcând ei lucrurile să se întâmple.

Atunci când iei o hotărâre referitor la ce facultate să urmezi sau ce job să urmărești e indicat să te gândești că alegerea pe care o faci este cea mai bună din acel moment. În exemplul de mai sus, dacă nu alegeai

să experimentezi cum este la Facultatea de Matematică și Informatică, nu ajungeai la concluzia că este o facultate nepotrivită.

De cele mai multe ori oamenii nu știu ce-și doresc, dar știu ce nu-și doresc. Un lucru excelent, pentru că odată ce știi ce nu-ţi dorești poţi afla destul de ușor ceea ce-ți dorești. E indicat să-ți pui întrebarea: „Rezultatele acestei hotărâri vor aduce mai multă sau mai puțină fericire?”

Nu există o reţetă secretă pentru a-ţi descoperi vocaţia, dar sunt pași pe care dacă-i urmezi poţi ajunge să afli ceea ce-ţi dorești mult mai ușor.

1. În primul rând, stabilește care este cel mai important lucru pentru tine, adică de ce vrei să faci ceea ce urmează să faci?

2. Construiește-ţi mental imaginea pe care vrei să o aibă și ceilalţi despre tine. Importanţa proiectării este fundamentală pentru atingerea succesului.

3. Caută să fii proactiv, să acţionezi cât mai mult, pe planuri diferite, pentru a vedea ceea ce se mulează tot mai bine pe imaginea ta.

4. Elimină gândurile negative care nu-ți dau voie să progresezi. Nu te lăsa descurajat de oamenii care-ţi spun că domeniul ales de tine este imposibil.

5. Caută cei mai mari lideri din domeniul în care vrei să activezi și află cum și ce au făcut și ei. Când vezi parcursul unei persoane îţi dai seama dacă vrei să urmezi sau nu un drum asemănător.

6. Este foarte important să ceri feedback profesioniștilor din domeniul tău, să afli ce merge și ce nu merge, ce e nevoie să îmbunătăţești și să adaptezi.

Tocmai descopeream în speech-ul unei foarte bune prietene 3 elemente pentru care oamenii fac ceea ce fac:

1) Pentru bani

2) Facem ceea ce vor ceilalţi să facem pentru că părerea lor este foarte importantă pentru noi

3) Facem ceea ce facem pentru că iubim ceea ce facem, ne-am descoperit pasiunea

Facem ceea ce facem pentru bani, fie că este vorba de bani pentru supraviețuire, fie că este vorba de banii ce-ți aduc libertatea financiară. Ei bine, acei bani care-ți aduc libertatea financiară nu sunt bani pe care-i câștigi făcând ceea ce nu-ți aduce satisfacție, pentru că nu poți construi un imperiu din frustrări și nemulțumiri.

Aș vrea să vorbim puțin despre acei bani care-ți aduc minimul necesar pentru a supraviețui. Sunt foarte multe persoane care se află în această situație, atât în România cât și în celelalte colțuri ale lumii. Oamenii aleg joburi prost plătite pentru a-și asigura minimul necesar pentru traiul zilnic pentru că acestea sunt cele mai accesibile. Piața este plină de astfel de joburi.

Call-centerurile au devenit „o mare modă" pentru majoritatea studenților, la fel ca împărțirea flyerelor. Sunt studenți care aleg și un internship la o companie multinațională, continuând pe aceeași ramură cu facultatea. Aceste internshipuri sunt net inferioare ca și număr în comparație cu prima categorie de joburi. Mai sunt stagiile de practică unde înveți să faci o cafea bună pentru manager și să tragi la xerox.

Din fericire, am avut ocazia să activez într-o companie națională de telefonie și am văzut cum stau lucrurile. Am ales jobul respectiv dintr-o dorință mare de a vedea ce înseamnă să ai un job. Am învățat extrem de multe lucruri, mai ales că intram în contact cu sute de oameni zilnic. Am avut colegi pe care i-am întâlnit în primele zile de training care spuneau că vor să plecăm împreună după o săptămână. Afirmăm asta cu vehemență pentru că am observat că acel job nu este ceea ce vrem. Ei bine, nu s-a întâmplat tocmai așa. Eu mi-am dat demisia după aproximativ o lună și jumătate, iar ceilalți colegi ai mei au rămas.

În rândul colegilor deja se instalase „confortul jobului", nu mai conta dacă vin cu plăcere la muncă sau dacă simt că acel job nu este indicat pentru viitorul lor. Deja aveau un venit care sosea lunar, iar asta le conferea încrederea că este indicat să rămână încă în companie.

Aici este o capcană extrem de mare în care pot cădea mai ales studenții. Își iau un astfel de job și îl păstrează o perioadă foarte îndelungată pentru că percep foarte greu valoarea timpului. Timpul este tot ceea ce avem. Faptul că alegi să rămâi într-o companie doar pentru că vin niște bani mi se pare o lipsă de respect față de tine.

Dacă ești în situaţia dificilă în care ești nevoit cu adevărat să ai acel job pentru a supraviețui, este în regulă. Poţi rămâne la acel job, iar în câteva ore pe zi să-ţi construiești ceva pe pasiunile tale. E adevărat că-ţi ia mai mult timp, dar merită efortul. Una este să aloci 10 ore pe zi pasiunii tale și alta e să aloci 2 ore pe zi. Măcar de-ar fi așa, dar oamenii se obișnuiesc cu acel job care le oferă minimul de trai, acumulează frustrări și încep să arunce vina pe sistem, pe guvern, pe președinte, pe criză și tot așa. Nu mai au convingerea de la început cum să rămână la acel job, dar în paralel să construiască ceva legat de pasiunea lor.

Încep să se simtă tot mai prost, apar problemele de sănătate, probleme în relaţia de cuplu, în relaţiile interpersonale. Așadar, pot numi aceste joburi „de început" ca fiind destul de problematice pentru că poţi cădea foarte ușor în capcană. Dacă știi cu adevărat cine ești și știi ceea ce-ţi dorești nu ai cum să cazi în astfel de capcane, pentru că întotdeauna vei încerca să-ţi urmărești doar pasiunea.

Legat de al doilea aspect punctat foarte bine de către prietena mea, și anume facem ceea ce vor ceilalţi să facem pentru că părerea lor este foarte importantă pentru noi, pot spune că m-am lovit și eu de acest lucru tot la jobul de care povesteam mai devreme. Ajunsesem într-un punct în care nu mai suportam nici gândul de a mai urca scările spre birou, vroiam atât de mult să renunţ pentru că aveam persoane lângă mine care își puseseră toată încrederea în mine și-mi spuneau „o să faci o treabă excelentă aici, ai un potenţial uriaș". Mă descurcam foarte bine să fac ceea ce trebuia să fac, dar problema era că nu-mi plăcea.

Am stat câteva zile fără să-mi dau demisia imediat ce mi-a apărut acest gând, dar nu știu de ce am făcut-o. Era clar că nu se poate schimba toată politica firmei sau orice alt lucru pentru ca acest job să fie ideal pentru mine. Și, mai mult decât atât, se bătea cap în cap cu câteva principii de viaţă de-ale mele. Atunci mi-am dat seama că ceva este în neregulă și că, indiferent cine mi-ar spune că fac treaba excelentă și să rămân acolo, eu nu voi rămâne. Și nu am rămas, chiar dacă apropiaţii insistau să rămân.

Am decis că este mult mai important să-mi construiesc viaţa așa cum îmi doresc eu, să nu fac lucruri care să compromită misiunea vieţii mele. O singură persoană din viaţa mea a fost extrem de încântată pentru decizia adoptată de mine, restul se eschivau și evitau să-și dea

cu părerea. Câțiva mi-au spus că am abandonat mult prea devreme și că trebuia să rămân, că trebuia să fac, că trebuia, trebuia și iar trebuia. Dar nu trebuie nimic din ce vor alţii, „trebuie" să faci ceea ce-ţi aduce satisfacţie ţie pentru a-ţi urmări visele tale, pentru a-ţi trăi viaţa ta. Cum un alt bărbat nu poate să facă sex cu soţia ta în locul tău, așa nici o altă persoană nu poate trăi viaţa ta. Viaţa trebuie trăită de tine!

Caută să faci întotdeauna ceea ce-ţi place și cum se aprinde o mică scânteie exploatează acel teritoriu. Este clar că este un „greenfield" care are nevoie de timp și efort pentru a fi fructificat. Asumă-ţi responsabilitatea pentru pasiunile pe care le ai, nu te da în lături doar pentru faptul că vrei să fugi de decizii și responsabilitate. Atunci când descoperi ceea ce vrei să faci cu viaţa ta îţi asumi întreaga responsabilitate. Nu vor mai decide alţii pentru tine, nu vei mai face ceea ce intră în conflict cu principiile tale. Vei respecta întru totul cultura ta proprie.

Descoperirea vocaţiei este un lucru extrem de important pentru că în viaţă contează să faci doar ceea ce-ţi face plăcere, ceea ce te face să te simţi împlinit. Așa că, dacă-ţi descoperi vocaţia devreme, ai tot mai mult timp să te bucuri de incredibila experienţa pe care ţi-o oferă viaţa.

Scris de Cristi Neacşu

33 DE ÎNTREBĂRI DESPRE TINE - CĂLĂTORIE ÎN PREZENT!

Am citit în nenumărate cărţi următoarea întrebare:

„Oare pe patul de moarte îţi vei fi dorit să fi stat mai mult timp la birou?"

Probabil răspunsul intuitiv pe care și-l dă fiecare este: cu siguranţă că nu!

Este o întrebarea grea, însă în același timp o consider limitativă, în sensul în care are și petrecerea timpului la birou avantajele lui! Îţi asigură un loc de unde îţi câștigi anumite venituri, un loc în care te dezvolţi personal și profesional, un loc de unde ne plătim facturile dorite sau nedorite! Este totuși un context social de care putem face abstracţie foarte greu!

Sfârșitul lumii este o temă care vinde, o temă pentru unii interesantă, iar pentru unii foarte ridicolă. Ce-mi este mie clar este că sfârșitul lumii va veni la un moment dat, într-o formă sau alta, cu transformări mai mari sau mai mici! Dacă va fi mâine sau peste 2.000.000 de ani, nu avem de unde să știm! Sunt multe incertitudini! Cu toate acestea, un lucru este cert și anume că sfârșitul nostru ca persoane va veni la un moment dat, poate mâine, poate peste 80 de ani. Ne dorim să facem anumite lucruri mai repede, ne dorim de prea multe ori ca timpul să treacă mai repede și nu conștientizăm că fiecare clipă care trece ne duce cu un pas mai aproape de moartea fizică.

Foarte mulţi oameni care au experienţa sfârșitului, fără să aibă parte de acesta, decid să facă ceva cu viaţa lor, alţi oameni nu fac nimic niciodată, iar alţi oameni trăiesc cu certitudinea nefastă că mai au, urmare a unei boli incurabile, doar 3 luni de trăit!

Îţi propun un exerciţiu simplu, nu o călătorie în viitor, ci o călătorie în prezent. Evaluează-ţi viaţa, ca și cum ar fi sfârșitul! Evaluează ce ai fost până acum, ce ai făcut sau ce ai avut! Cu siguranţă este un demers incomod pentru că este mai simplu să nu ne asumăm ceea ce am făcut sau ceea ce am fost! Dacă ar fi să-ţi scrii propriul necrolog, care ar fi acesta? Poate întâmpini o rezistenţă, considerând inutil să-ţi faci o asemenea analiză, și cu cât vei opune mai multă rezistenţă cu atât mai mult, probabil, ai nevoie să-ţi răspunzi la întrebările de mai jos! Îţi

propun 33 întrebări care ţi-ar putea schimba viaţa. Răspunzând la ele ai putea să dai un sens vieţii tale și să-ţi descoperi misiunea și rostul!

Te invit să iei o foaie de hârtie (sau să printezi acest articol) și să răspunzi la următoarele întrebări:

1. Ce te-a oprit până acum cel mai mult să ai o viaţă împlinită (notează 3 lucruri/fapte/emoţii/etc)?

a) _____
b) _____
c) _____

2) Ce ai putea face de acum încolo pentru a înlătura fiecare din cele trei bariere?

a) _____
b) _____
c) _____

3. Ce ai făcut până acum pentru a învăţa, pentru a te dezvolta?

a) _____
b) _____

4. Ce ai putea face în continuare pentru a te dezvolta și a învăţa mai mult?

a) _____
b) _____

5. Ce ai făcut până acum pentru a fi mai sănătos?

a) _____
b) _____

6. Ce ai putea face în continuare pentru a fi mai sănătos?

a) _____
b) _____

7. Ce lucruri remarcabile ai făcut până în prezent care au adus o contribuţie ţie, dar mai ales celor din jur?

a) _____
b) _____

8. Ce lucruri remarcabile ai putea să faci în continuare?
a) _____
b) _____

9. Care sunt talentele tale folosite sau nefolosite?
a) _____
b) _____

10. Cum ai putea să le pui în aplicare pentru a fi mai fericit sau mai împlinit?
a) _____
b) _____

11. Ce lucruri bune/ fapte bune ai făcut până acum?
a) _____
b) _____

12. Ce lucruri bune/ fapte bune ai putea face în continuare?
a) _____
b) _____

13. Care sunt oamenii din viaţa ta cărora le ești recunoscător?
a) _____
b) _____
c) _____
d) _____
e) _____

14. Cum ai putea să-i arăţi fiecăruia dintre ei că le ești recunoscător?
a) _____
b) _____
c) _____
d) _____
e) _____

15. Dacă astăzi ai afla că mai ai doar 7 zile de trăit, care ar fi acele 5 lucruri pe care le-ai face?

a) _____
b) _____
c) _____
d) _____
e) _____

16. Cum ai lăsat până acum să se reverse iubirea ta asupra propriei persoane, asupra familiei și asupra celor din jur?

a) _____
b) _____
c) _____
d) _____
e) _____

17. Cum ai putea să continui astfel încât să te simţi și mai împlinit?

a) _____
b) _____
c) _____
d) _____

18. Care sunt cele mai importante lucruri pe care le preţuiești cel mai mult la tine?

a) _____
b) _____
c) _____
d) _____
e) _____

19. Cum ai putea să valorifici în viaţă aceste 5 lucruri pentru a te simţi mai împlinit?

a) _____
b) _____
c) _____
d) _____
e) _____

20. Ce ai făcut până acum pentru a sparge rutina vieţii tale?
a) _____
b) _____
c) _____
d) _____

21. Ce ai putea face în continuare pentru a ieşi din starea de confort, pentru a-ţi lărgi cercul experienţelor astfel încât să te simţi mai împlinit?
a) _____
b) _____
c) _____
d) _____

22. Ce te face pe tine unic, diferit și special?
a) _____
b) _____
c) _____

23. Ce ar trebui să se întâmple pentru a fi tu mai împăcat cu tine?
a) _____
b) _____
c) _____

24. Cum crezi că ai putea să te bucuri mai mult făcând munca pe care o faci acum?
a) _____
b) _____
c) _____

25. Cum crezi că ai putea să aduci mai multă împlinire în viaţa ta?
a) _____
b) _____
c) _____

26. Ce te oprește acum?
a) _____
b) _____
c) _____

27. Cum ai putea să servești mai bine scopului vieţii tale?
a) _____
b) _____
c) _____

28. Ce ai putea face astfel încât să simţi că viaţa ta are un sens cu adevărat desăvârşit?
a) _____
b) _____
c) _____

29. Care sunt acele 3 lucruri care te-au oprit până acum să ai o viaţă mai împlinită?
a) _____
b) _____
c) _____

30. Care sunt lucrurile cu adevărat importante din viaţa ta?
a) _____
b) _____
c) _____

31. De ce crezi că aceste lucruri sunt importante pentru tine?
a) _____
b) _____
c) _____

32. Cum ai putea să faci astfel încât să dai mai multă atenţie acestor lucruri cu adevărat importante pentru tine?
a) _____
b) _____
c) _____

33. Care sunt acele 3 lucruri pe care le vei face astăzi ca urmare a răspunsurilor pe care ţi le-ai dăruit?

a) _____

b) _____

c) _____

Adaugă valoare vieţii tale răspunzând sincer acestor întrebări. Nu există răspunsuri corecte sau greșite, sunt răspunsurile tale! **Este momentul să incluzi persoana ta în planul vieții tale!** Ține aproape de tine aceste răspunsuri și recitește-le cel puţin o dată pe săptămână! Acest demers simplu poate aduce în viaţa ta mai multă împlinire decât îţi imaginezi! Acceptă provocarea, pentru că este important ca măcar o dată la câţiva ani să vezi în ce măsură contezi tu pentru tine cu adevărat! Poţi învăţa, te poţi simţi împlinit, fericit, poţi avea succes, te poţi schimba, poţi să ai tot ce-ţi doreşti!

Te rog să nu fii surprins dacă, după ce vei răspunde acestor întrebări, viaţa ta poate avea un sens la care nu te-ai gândit până acum!

Permite-ţi să strălucești!

Scris de Marian Rujoiu

RAZBOIUL ANGAJAT-ANGAJATOR ȘI SOLUȚII

În activitatea pe care o depun (cursuri de instruire), întâlnesc tot mai des războiul psihologic dintre angajat și angajator. Poate este mult spus război sau poate este prea puţin spus. Chiar și articolele pe care le scriu au o soartă similară. Dacă scriu un articol pentru a-i ajuta pe manageri, sar angajaţii ca arși și, la fel, dacă scriu un articol destinat angajaţilor, angajatorii sunt nemulţumiţi. Poate așa e natura umană sau poate ne caracterizează pe noi ca naţie deoarece avem anumite convingeri care ne limitează atât ca angajaţi, cât și ca angajatori.

Mulţi dintre angajaţi își spun în minte lucruri de genul:
- muncesc pentru a-l îmbogăţi pe șef;
- oricum sunt plătit prea puţin;
- şefii sunt persoane arogante;
- am o valoare mult prea mare pentru această companie;
- ţara este plină de manageri incompetenţi.

Angajatorii, pe de altă parte, își spun în minte:
- cred că îl plătesc prea mult;
- dacă mă port frumos, și-o ia în cap;
- el știe doar că vrea salariul, nu și ce cheltuieli am;
- nu muncește nici jumătate din timpul în care stă la serviciu.

Lista poate continua pe ambele direcţii. Menţionez că nu toţi gândesc la fel, sunt însă și excepţii, din punctul meu de vedere. Sper ca aceste excepţii să devină cât de curând reguli.

Această poziţie conflictuală generează ineficienţă, frustrare, stres și atmosferă neplăcută. Vreau să punctez că acest război psihologic, mai mult sau mai puţin declarat, are repercusiuni care nu fac fericit nici angajatul, nici angajatorul. Am întâlnit atât de des această situaţie, altfel nu aș fi scris acest articol. Am observat și situaţii în care lucrurile nu stăteau în acest fel, tocmai de aceea cred că lucrurile pot fi îmbunătăţite.

Această situaţie seamănă foarte mult cu Triunghiul Dramatic a lui Stephen Karpman. Astfel, în Analiza Tranzacţională sunt identificate 3 roluri care pot fi jucate:

- Persecutorul

- Victima

- Salvatorul

La aceste trei roluri se poate adăuga și un al patrulea rol numit **Public**!

Ar fi multe de discutat privind această abordare, în sensul că seamănă foarte mult cu subiectul abordat. Aceste patru roluri sunt identificate constant în cadrul unui mediu de lucru conflictual. Interesant este că aceste roluri se schimbă permanent, în sensul că angajatul de exemplu poate să preia rolul de victimă, apoi de persecutor, de public sau poate chiar de salvator. **Acest joc funcţionează la intensitate maximă când sunt prezenţi toţi jucătorii.** Un exemplu poate fi sancțiunea dată de un șef (Persecutor) care conduce la victimizarea muncitorului (Victimă), urmând ca angajatul să caute printre colegi, influenţatori sau un sindicat, un sprijin (Salvator) și, evident, intervine Publicul, care va juca rolul de spectator. Pe măsură ce se amplifică jocul, rolurile se schimbă permanent, chiar șeful poate deveni Victimă și Publicul, de exemplu, poate deveni Salvator. Aceste roluri sunt caracterizate de o dinamică continuă. Am expus această perspectivă pentru a înțelege mai bine aceste relaţii conflictuale. **Concluzia e simplă: în nouă din zece cazuri aceste jocuri se sfârșesc prost și seacă de energie pozitivă toate părţile implicate**, fiind necesară o bună bucată de vreme pentru repornirea mecanismului.

Cine este de vină?

Răspunsul unanim al angajaţilor este că angajatorii/șefii sunt de vină, iar pe de altă parte angajatorii spun că angajaţii sunt de vină. Ne putem complace în această situaţie aruncând vina pe cealaltă parte, în realitate însă ambele părţi sunt de vină. O împărţire ideală a timpului este: 8 ore la serviciu, 8 ore personal și 8 ore odihnă. Sunt totuși opt ore pe care le petrecem la serviciu, o treime din viaţa de adult, de ce să nu facem nimic în acest sens? Preferăm să ne victimizăm, să ne învinovăţim și să ne plângem de milă.

Există soluţii?

Răspunsul ferm este da, există soluţii, atât pe termen scurt, cât și pe termen mediu sau lung. Știu că antreprenorii au în primul rând grija plătirii salariilor sau a cheltuielilor curente, la fel cum și angajaţii au cheltuielile lor legate de casă, mașină, rate, copii, telefon etc.! Este o relaţie angajat-angajator care se poate îmbunătăţi, fiecare parte are nevoile ei. Vă propun așadar să lăsăm oamenii din noi să iasă la lumină. Valori precum respect, excelenţă, integritate, onestitate pot fi îmbrăţișate de ambele părţi. Propun acest demers întrucât fiecare parte merită mai mult. Poţi însă să primești mai mult numai dacă ești dispus să oferi mai mult, dar, ce-i drept, nu-i o garanţie.

Ce pot face angajatorii?

1. Să înţeleagă că lucrează cu oameni care trebuie respectaţi ca indivizi
2. Să manifeste mai multă deschidere faţă de propunerile acestora
3. Să dezvolte potenţialul din fiecare angajat
4. Să scape de convingerile limitatoare enunţate mai sus
5. Să comunice mai mult cu angajaţii
6. Să renunţe la a mai face favoruri nejustificate unora dintre angajaţi
7. Să fie corecţi și să se ţină de cuvânt
8. Să recompenseze financiar conform meritelor
9. Să implementeze programe de motivare nonfinanciară
10. Să sprijine personal și profesional angajaţii ori de câte ori este posibil
11. Să selecteze oamenii care au valori similare companiei
12. Să fie mai transparenţi în ceea ce privește bugetul de venituri și cheltuieli (măcar la modul general)
13. Să nu jignească angajaţii
14. În spatele fiecărui comportament, de obicei se află o intenţie pozitivă! Află această intenţie pozitivă și fii mai tolerant cu angajaţii
15. Să vadă jumătatea plină a paharului ori de câte ori este posibil
16. Să transforme locul de muncă într-un loc în care angajaţii vin cu plăcere și cu zâmbetul pe buze
17. Să stimuleze întotdeauna performanţa și competenţa
18. Să-și amintească destul de des că este om

Ce pot face angajaţii

1. Să înţeleagă că pot avea un viitor în companie dacă reușesc să aducă plus valoare companiei
2. Să vorbească mai puţin și să facă mai mult
3. Să renunţe la toate convingerile limitatoare enunţate mai sus
4. Să folosească eficient timpul
5. Să vorbească mai puţin pe la spate șeful sau colegii
6. Să înţeleagă că în primul rând pentru el muncește și mai apoi pentru companie
7. Să fie onest în relaţia cu șefii și colegii
8. Să-și caute un alt loc de muncă dacă munca nu-i este apreciată sau să-și deschidă o afacere pe cont propriu
9. Să încerce să găsească modalităţi plăcute pentru rezolvarea sarcinilor
10. Să vadă jumătatea plină a paharului ori de câte ori este posibil
11. În spatele fiecărui comportament, de obicei se află o intenţie pozitivă! Află această intenţie pozitivă și fii mai tolerant cu șeful sau colegii tăi
12. Să încerce să aducă un plus valoare atmosferei și locului de muncă

Ambele liste pot fi îmbunătăţite și li se pot adăuga lucruri noi. **Scuza care ne acuză este că punem întreaga responsabilitate a comportamentului nostru pe cealaltă parte.** Este mai comod, așa ne apărăm când nu putem sau nu vrem să depunem niciun efort pentru a face ceva pentru a îmbunătăţi situaţia. Soluţia este depunerea unui efort comun de ambele părţi. Să nu ne minţim spunând că vom depune un efort pentru cealaltă parte. Dacă suntem dispuși să facem ceva, atât ca angajaţi cât și ca angajatori, o facem în primul rând pentru noi. **Dacă nu înţelegem că acest efort este benefic în primul rând pentru noi, efortul nostru va fi în zadar**. Putem să ne bucurăm de cele 8 ore petrecute la serviciu cu bunele și cu relele lor. Putem să zâmbim mai mult, să ne bucurăm mai mult și să fim mai toleranţi. Acest război pe care l-am menţionat mai sus scoate ce este mai rău din noi, acoperind diamantul din fiecare dintre noi. Acest război este în mintea noastră, realitatea poate fi frumoasă. Fiecare angajat sau angajator este un diamant care așteaptă să strălucească. Permite-ţi să strălucești!

Poţi să-ţi provoci șeful sau angajaţii printând acest articol și lipindu-l într-un loc vizibil. Așteaptă-te la orice apoi, fii pregătit să faci faţă situaţiei pentru că este o realitate care uneori doare, iar când vezi scris, doare și mai tare. Să dăm totuși o șansă celorlalţi dându-ne o șansă nouă, pentru că merităm mai mult. Poţi să trimiţi acest material prin e-mail acolo unde crezi că poate avea un efect cât de mic. Aproape că am luat-o ca pe o datorie de-a mea să încerc să îmbunătăţesc acest aspect în România, convins fiind că se poate. Am nevoie doar de ajutorul vostru. Acceptaţi provocarea? Poate că nu sau poate că da, poate nu suntem pregătiţi încă să trecem peste convingerile limitatoare de mai sus.

Cu bucurie și optimism,

Marian Rujoiu

ANGAJAT, FREELANCER SAU ANGAJATOR – AFLĂ CE STATUT ȚI SE POTRIVEȘTE?

Nu toţi oamenii sunt potriviţi să fie angajatori la fel cum nu toţi oamenii sunt potriviţi să fie angajaţi. Fiecare domeniu necesită abilităţi distincte care te pot ajuta să faci cu plăcere și cu rezultate ceea ce ţi-ai propus. Orice am alege (angajat, freelancer sau antreprenor) vom avea parte atât de dezavantaje, cât și de avantaje. Niciun rol nu este de dorit a priori, ideal este să pui în concordanţă abilităţile tale cu poziţia pe care vrei să ţi-o asumi! Răspunzând cu sinceritate chestionarului de mai jos, vei afla ce statut ţi se potrivește mai mult! Este posibil ca în oarecare măsură toate răspunsurile să vă caracterizeze, alegeţi însă acele variante care sunt mai aproape de ceea ce vă caracterizează! Aveţi întrebări cu trei variante din care trebuie să alegeţi una.

1. În acest moment ești:
a) angajat
b) angajator
c) freelancer

2. Alege afirmaţia care te caracterizează cel mai mult:
a) prefer să lucrez singur
b) prefer să conduc echipe
c) prefer să lucrez în echipă

3. Știu că am procedat bine atunci când:
a) șeful îmi confirmă
b) simt eu astfel
c) colegii îmi confirmă

4. În munca pe care o depui:
a) este prezent un hobby al tău
b) nu este prezent un hobby al tău
c) doar în oarecare măsură

5. Atunci când ai de luat o decizie:
a) analizezi riscurile în primul rând
b) mergi pe ceea ce simţi în primul rând

c) nu iei foarte serios în calcul riscurile

6. În ce măsură ai încredere în abilităţile tale:

a) în mică măsură

b) în mare măsură

c) în foarte mare măsură

7. Când ai ceva de făcut, cum crezi că este cel mai eficient să procedezi?

a) să lucrezi singur

b) să lucrezi împreună cu cineva

c) să delegi altcuiva mai priceput

8. Cât de repede iei o decizie?:

a) de obicei foarte repede

b) de obicei iei deciziile fără să te grăbești

c) de obicei iei deciziile după minuţioase analize

9. De obicei:

a) naști conflicte

b) aplanezi conflicte

c) mediezi conflicte

10. Atunci când lucrezi în condiţii stresante, care din variantele următoare te caracterizează cel mai adesea?

a) capacitatea de a coordona

b) capacitatea de a iniţia

c) capacitatea de a analiza

11. Când lucrezi într-un grup, cel mai mult apreciezi:

a) când cineva vine cu idei strălucite

b) când tu vii cu idei strălucite

c) când ai ocazia să-ţi faci bine treaba, în primul rând

12. De obicei, într-un grup ești persoana care:

a) ia iniţiativa

b) coordonează

c) se implică pe sarcina primită

13. Atunci când riscurile sunt foarte mari, preferi să:
a) ţi le asumi
b) să renunţi la plan
c) să amâni luarea unei decizii

14. Care din lucrurile de mai jos ţi se reproșează cel mai des:
a) că nu te faci înţeles
b) că nu-ţi vezi de treaba ta
c) că nu reușești să te focalizezi pe rezultat

15. Consideri că cel mai mare avantaj al muncii în echipă este:
a) faptul că fiecare are ocazia să se exprime
b) faptul că fiecare face ce știe cel mai bine
c) faptul că echipa este condusă de tine

16. Cel mai mult apreciezi la oameni:
a) talentul lor
b) profesionalismul lor
c) felul lor unic de a fi

17. Dacă ai dispune de 10.000 de euro și ai fi constrâns să apelezi la una din variantele următoare, pe care ai alege-o?
a) i-ai pune la bancă cu o dobândă de 15%
b) i-ai investi în personal branding (reclame, apariţii tv)
c) ai deschide un magazin online

18. Dacă ai scrie o carte și ar trebui să alegi unul din următoarele trei titluri, pe care l-ai alege:
a) „Nu riști, nu câștigi”
b) „Trebuie să riscăm cu măsură”
c) „Să riscăm cât mai puţin”

19. Care din tipurile de venit le agreezi:
a) bianual (sumă mare, risc mare)
b) ocazional (sumă medie, risc mediu)
c) lunar (sumă moderată, risc minim)

20. Crezi că unii oameni reușesc în primul rând datorită:
a) perseverenţei
b) curajului
c) profesionalismului

21. Crezi că vei conduce o afacere în următorii 10 ani:
a) foarte probabil
b) probabil
c) puţin probabil

Interpretarea rezultatului:
În grila de mai jos încercuiţi variantele pe care le-aţi ales, apoi adunaţi punctajul total obţinut.

SUBTOTALURI			
TOTAL GENERAL			

În funcţie de punctajul pe care l-ai obţinut, poţi afla unde te situezi pe axa ***angajat-freelancer-antreprenor.*** Cu cât ești mai aproape de cifra 0, cu atât șansele de a fi un antreprenor strălucit cresc! Cu cât te situezi mai aproape de 21 puncte, cu atât ţi s-ar potrivi mai mult rolul de freelancer! Cu cât te apropii mai mult de 42 de puncte, cu atât rolul de angajat îţi este mai potrivit!

angajator	freelancer	angajat
0-14 puncte	15-28 puncte	29-42 puncte

- Dacă ai obţinut **<u>între 29 și 42 puncte</u>** – rolul de angajat ţi se potrivește cel mai mult în acest moment! Bucură-te de acest statut cu toate binefacerile lui!
- Dacă ai obţinut **<u>între 15 și 28 puncte</u>** - ești la graniţa dintre angajat și angajator! Ţi se potrivește statutul de freelancer, variantă pe care o poţi alege pentru un număr de ani, urmând ca după maxim 10 ani să poţi alege oricând fie statutul de angajat, fie cel de angajator.
- Dacă ai obţinut **<u>între 0 și 14 puncte</u>** - ai șanse mari să reușești în antreprenoriat! Acest rezultat nu reprezintă o garanţie că vei reuși, însă cu siguranţă reprezintă o premisă bună pentru a demara o afacere!

Scris de Marian Rujoiu și Raluca Rujoiu

SECŢIUNEA 2 (angajat)

2.1. CV-ul

15 ÎNTREBĂRI ŞI RĂSPUNSURI DESPRE CV

1. Este obligatoriu ca CV-ul să aibă o singură pagină?

R. Lungimea unui CV nu trebuie să depăşească două pagini A4. Cât de mult sunt completate acestea depinde de cât de multe ai făcut până acum. Pentru studenţi şi proaspăt absolvenţi completarea celor două pagini va fi foarte dificilă, deoarece nu au prea multă experienţă. Dacă acesta este cazul tău, o singură pagina A4 este suficientă. Cei care au avut o carieră bogată, pe de altă parte, vor trebui să fie selectivi cu ce vor trece în CV, în acest caz folosirea marginilor şi paragrafelor este importantă.

2. Secţiunea legată de educaţie trebuie să fie neapărat în partea superioară?

R. Dacă încă eşti student sau proaspăt absolvent, cunoştinţele academice sunt un punct major al calificării tale şi este recomandat să fie plasate aproape de partea superioară a CV-ului. De asemenea, sunt domenii, de exemplu comunicaţiile, în care se pune preţ mai mult pe experienţă decât pe diploma obţinută şi de aceea în asemenea situaţii este bine să plasezi calificările în partea de jos a paginii.

3. Este întotdeauna nevoie să treci un obiectiv?

R. Nu, nu este crucial. Dar un angajator va fi impresionat de faptul că ştii exact unde vrei să ajungi şi ce vrei să faci în viitor, mai ales dacă se aseamănă cu planurile lor de dezvoltare.

4. Şi dacă nu am făcut prea multe ca să am ce să trec în CV?

R. Acest lucru nu contează, toată lumea trebuie să plece de undeva. Dacă conţinutul este puţin şi răspândit, folosește formatul şi fonturile în aşa fel încât să arate bine pe un format A4.

5. Trebuie trecute hobbyurile şi domeniile de interes?

R. Nu este imperativ acest lucru, dar îi poate furniza angajatorului o imagine asupra personalităţii tale

6. Trebuie incluse şi referinţele?

R. Este recomandat să nu apară pe CV. O notă precum "Referinţe la cerere" este suficientă.

7. Ce trebuie să apară pe CV-ul meu?

R. Datele de contact, data naşterii şi naţionalitatea, o introducere, experienţa anterioară, studiile efectuate, hobbyurile.

8. Ce nu trebuie să apară în CV?

R. Religia, referinţele, orientarea sexuală, de ce ai plecat de la ultimul loc de muncă, toate studiile terminate, o poză, minciuni.

9. Trebuie să trec toate rezultatele examenelor susţinute?

R. Nu, doar cele mai recente.

10. În ce ordine trebuie completate datele?

R. În partea superioară datele de contact, o scurtă introducere, experienţa profesională, educaţia, hobbyurile.

11. Ce tip de coală să folosesc?

R. Coală de cea mai bună calitate, dar în limita bunului simţ, nu exagera.

12. În ce format să salvez CV-ul pentru a-l putea trimite pe e-mail?

R. Ca să fii sigur că destinatarul poate citi aplicaţia ta, este bine să fie în format .txt. Totuşi acest format nu îţi permite să îi dai un format atractiv. Majoritatea companiilor au aplicaţii MS Office, aşa că un document Word ar trebui să fie bun. Documentele în format PDF ocupă mai multă memorie, dar dacă aplici pentru un post în domeniul design-ului şi trebuie să ai un CV mai stilizat, atunci acesta este formatul potrivit.

13. Cum mă pot asigura că CV-ul meu va fi citit?

R. CV-urile nu sunt citite la început, ele sunt scanate. Cu această idee în minte trebuie să-ţi construieşti CV-ul, să fie văzut dintr-o privire.

- prezintă informaţia concis, evită paragrafele mari de text
- organizează-ţi informaţia astfel încât cititorul să nu caute prea mult informaţiile dorite

■ foloseşte fonturi şi stiluri pentru a crea o structură vizuală a documentului

■ lasă suficiente spaţii libere pentru a nu crea senzaţia de aglomerare, dezordine

■ foloseşte un limbaj pozitiv, dar presară şi câteva cuvinte specifice industriei respective

■ lasă informaţiile irelevante, inutile şi neadecvate în afara CV-ului

14. Am nevoie de mai mult de un CV?

R. Creează-ţi un "CV nucleu" folosind ghidul "Cum să construieşti un CV perfect", apoi dai o formă pentru fiecare destinatar în parte.

15. Cât de departe să merg cu informaţiile pe care le trec în CV?

R. 10 ani sunt în general suficienţi. Dacă mergi mai departe în trecut s-ar putea să treci informaţii irelevante sau, şi mai rău, te îmbătrâneşti.

Sunt totuşi situaţii în care experienţa mai veche de 10 ani este în avantajul tău să apară pe CV. În acest caz, este o idee bună să treci din ce în ce mai puţine detalii cu cât te îndepărtezi. O altă opţiune ar fi aceea de a găsi o altă modalitate de a scrie experienţa mai veche de 10 ani.

Sursa: E-jobs

DE CE SUNT CV-URILE RESPINSE?

Primele impresii

Primele impresii sunt foarte importante. Dacă CV-ul tău nu atrage atenţia cititorului în primele 20-30 secunde, atunci şansele tale sunt minime. Angajatorul are o sută sau chiar mai multe CV-uri pe care trebuie să se uite în doar câteva ore pentru a face o selecţie. Asa că scrie experienţa profesională la începutul CV-ului, nu detalii personale sau legate de educaţie, decât dacă informaţiile nu sunt prea multe.

Ce vrea cu adevărat un intervievator să ştie este de ce să te cheme la un interviu. Din acest motiv un cuprins scurt al abilităţilor tale şi/sau o listă cu cele mai importante realizări poate fi o idee bună. Asta ar trebui să îl facă pe angajator să te cheme la interviu – dar fii atent să nu exagerezi.

O prezentare proastă

Prezentarea CV-ului este foarte importantă. Chiar dacă tu consideri că limbajul folosit şi modalitatea de prezentare este bună, dacă intervievatorul nu găseşte informaţia dorită în timp util va trece la următorul CV. Ar trebui să foloseşti suficiente spaţii "goale" în CV, titluri apropiate şi pauze în secţiuni.

Foloseşte întotdeauna un corector gramatical. Nu folosi niciodată o maşină de scris pentru că vei părea de modă veche şi depăşit. Foloseşte o coală A4 de calitate şi pentru CV şi pentru scrisoarea de intenţie.

Lungimea CV-ului

Este foarte bine dacă reuşeşti să nu depăşeşti două pagini A4, asta în cazul în care nu ţi se solicită un CV mai lung. Dacă nu reuşeşti să te încadrezi în două pagini înseamnă că nu ai înţeles prea bine cerinţele angajatorului. Aceştia nu vor să-ţi cunoască toată viaţa – doar atât cât să se hotărască dacă să te cheme la interviu sau nu.

Organizarea informaţiilor în CV

Dacă CV-ul tău nu este bine organizat, atunci cititorului o să-i fie greu să-l citească şi nu va fi capabil să-şi facă repede o părere despre tine. Nu uita că cititorul nu va petrece prea mult timp citind CV-ul – aşa că dacă nu găseşte repede ce îl interesează nu se va chinui să caute mai departe.

Paragrafe şi propoziţii prea lungi

Acestea fac CV-ul dificil de citit – încearcă să scrii propoziţii scurte şi la obiect şi foloseşte liniuţele sau punctele pentru a pune în evidenţă titlurile subsecţiunilor.

Prea puţine informaţii

Mulţi oameni nu includ suficiente informaţii despre locurile de muncă anterioare şi experienţă, angajatorul nu are suficientă informaţie şi de aceea tinde să respingă aplicaţia.

Nu eşti orientat spre rezultate

Trebuie să spui despre realizările tale. Nu uita că CV-ul tău este oferta ta către angajator. Dacă nu îi spui angajatorului de ce trebuie să te angajeze, atunci ai eşuat. Un angajator o să vrea să te angajeze numai dacă descoperă beneficiile lui. Aşa că spune-i care sunt beneficiile lui dacă te angajează.

CV-ul te face să araţi prea tânăr/bătrân pentru postul respectiv

În general a fi prea tânăr/bătrân poate fi o adevărată problemă şi o barieră pentru avansarea ta sau chiar pentru a obţine postul. Sunt câteva căi pentru această problemă – dar depinde foarte mult de circumstanţele individuale şi de industria/postul pentru care aplici.

Greşeli de scriere, de editare şi gramatică precară

CV-ul tău trebuie să fie verificat cu atenţie de astfel de greşeli, înainte de a-l trimite către angajator. Mici erori în CV scad din valoarea unui CV foarte bun şi te fac să pari neinteresat sau neîngrijit – nu sunt tocmai calităţi pe care vrei să i le arăţi angajatorului. Cum tu nu o să observi astfel de erori, ar fi mai bine să rogi pe altcineva să verifice CV-ul de greşeli gramaticale şi de punctuaţie.

Sursa: E-jobs

CE ANUME VOR ANGAJATORII?

Persoanele cele mai în măsură în a-ţi da sfaturi cu privire la căutarea joburilor sunt chiar cei care oferă joburile respective. Din nefericire, studiile recrutorilor şi managerilor HR pe care le găseşti sunt, de cele mai multe ori, rare şi vechi de câţiva ani.

Având în vedere necesitatea acestor studii pe piaţă, editorii EJOBS au decis să intervieveze recrutorii şi managerii departamentelor de HR ale companiilor care utilizează eJobs. Am aflat pentru voi care sunt preferinţele de trimitere a CV-ului, formatul şi dimensiunile. Iată rezultatele:

Majoritatea Recrutorilor vor să primească CV-urile prin e-mail

Destul de rar se întâmplă ca 83% dintre persoane să fie de acord asupra unui lucru. Această informaţie este utilă în special acelora dintre candidaţi care trimit CV-uri companiilor, fără legătură cu vreo ofertă de job.

Totuşi, dacă vreţi să vă înscrieţi la un anumit job, cea mai bună cale de a trimite CV-ul este, de cele mai multe ori, trecută în descrierea jobului, în anunţ, aşa că urmaţi instrucţiunile de acolo.

Recrutorii preferă CV-urile completate în ordine cronologică

Când vine vorba despre formatul CV-urilor, 84% dintre angajatorii pe care i-am intervievat preferă CV-urile completate cu datele cronologice. Aceste CV-uri prezintă experienţa profesională de la cel mai recent job până la primul (trebuie completat în ordine invers cronologică) cu datele de început şi de sfârşit ale acestora.

O posibilitate de a nu-şi dezvălui vârsta pentru candidaţii care doresc acest lucru este de a împărţi secţiunea „Experienţă profesională" în două:

• **Experienţa Relevantă** – în cadrul căreia sunt listate doar experienţa şi realizările care au legătură cu jobul pentru care trimit CV-ul;

• **Istoricul locurilor de muncă** – în cadrul căreia sunt listate datele de angajare, titlurile joburilor, numele angajatorilor şi adresele.

Această tehnică îţi permite să incluzi datele joburilor anterioare în partea a doua a CV-ului.

Angajatorii preferă, de regulă, CV-urile de o singură pagină

Din studiul eJobs a reieşit că 53% dintre angajatori au fost de părere că CV-ul poate avea mai mult de o pagină, 41% au afirmat că CV-ul poate avea mai mult de o pagină doar dacă experienţa profesională este mai complexă şi doar 6% dintre angajatori au spus că nu este de dorit ca CV-ul să depăşească o pagină.

În concluzie, un CV de două pagini, atunci când experienţa profesională a candidatului este relevantă, nu poate diminua şansele de a fi chemat la un interviu.

Angajatorii sunt de părere că lungimea CV-ului trebuie să reflecte, în anumite limite, experienţa candidatului.

Ce fac angajatorii cu CV-urile nesolicitate?

Un CV nesolicitat se referă la CV-ul trimis fără referinţă la o anumită ofertă de job.

Majoritatea angajatorilor păstrează şi îndosariază CV-urile primite, chiar dacă în perioada respectivă nu recrutează.

38% dintre angajatorii chestionaţi au afirmat că iau în considerare CV-urile primite, în general, pentru posturile disponibile în cadrul companiei în acel moment. Dacă aceste CV-uri nu se potrivesc joburilor disponibile, de obicei sunt păstrate în baza de date a firmei.

Doar 17% dintre angajatori şterg CV-urile de care nu au nevoie în momentul respectiv.

Mulţi experţi în domeniul Resurselor Umane sunt de acord că înscrierea on-line poate fi cea mai bună cale de a-ţi exprima interesul de a lucra pentru o companie, chiar atunci când nu sunt oferte de muncă disponibile.

Sursa: e-Jobs

19 SFATURI PENTRU CV-URILE ELECTRONICE

1. Foloseşte un font simplu, standard, ca de exemplu: Courier, Times, Arial, Univers sau Futura. Simplitatea este cheia.

2. Ca dimensiune a fontului, alege un număr între 11 și 14.

3. Păstrează dimensiunea liniilor textului până în 65 de caractere (litere, spaţii şi punctuaţie).

4. Nu folosi elemente grafice, sublinieri, semne pentru numerotare, îngroșări, înclinări sau umbriri ale caracterelor.

5. Utilizează litere mari pentru titluri.

6. Aliniază textul spre stânga.

7. Poţi utiliza suplimentar linii verticale sau orizontale, dar ai grijă, acestea pot distrage atenţia de la conţinutul textului.

8. Renunţă la paranteze sau acolade, chiar şi pentru numerele de telefon; acestea le pot face dificil de citit.

9. Foloseşte hârtie albă şi font negru.

10. Utilizează o imprimantă laser de calitate.

11. Imprimă pe o singură parte a hârtiei.

12. Nu micşora spaţiile dintre caractere. Mai bine utilizează încă o pagină decât să înghesui conţinutul şi să fie dificil de urmărit.

13. Nu capsa foile unui CV.

14. Utilizează termeni specifici pregătirii tale profesionale. De multe ori, angajatorii aleg CV-urile care conţin termeni tehnici.

15. Poziţionează-ţi numele pe prima linie a CV-ului. Nu mai adăuga nimic pe acea linie.

16. Trimite prin fax CV-ul, folosind setarea cea mai bună din punct de vedere calitativ, nu cea standard, pentru a fi mai lizibil.

17. Nu îndoi CV-ul – aceasta poate face scanarea dificilă, implicit primirea neclară a CV-ului.

18. Dacă trimiţi CV-ul prin e-mail, nu mai face distincţia între pagini, deoarece întregul e-mail va fi descărcat în baza lor de date ca o singură pagină.

19. Nu trimite CV-ul ca ataşament al unui e-mail, decât dacă este specificat acest lucru în mod clar. Mulţi angajatori şterg e-mailurile nesolicitate ce conţin ataşamente.

Sursa: e-Jobs

CV DE PRIMA CLASĂ

CV-ul tău are doar câteva secunde să impresioneze sau să sfârşească în coşul de gunoi.

Un CV puternic are nevoie de o fundaţie solidă. Nici o sumă de trucuri nu poate masca o organizare săracă. Începe cu lucrurile elementare.

INFORMAŢII DE CONTACT

Introduceţi datele de contact la începutul CV-ului. Includeţi numele întreg, adresa, numărul de telefon şi adresa de e-mail. Dacă ai o adresă de web personală, introdu şi URL-ul doar dacă acest site îţi evidenţiază aptitudinile sau se încadrează în obiectivele carierei tale.

OBIECTIVE. Secţiunea obiectivelor dă angajatorului o imagine imediată despre cine eşti şi ce cauţi, fară să-l forţezi să studieze întregul CV. Dacă decizi să incluzi un obiectiv, întăreşte îmbunătăţirile pe care le poţi aduce companiei, nu ceea ce vrei să iei.

EXPERIENŢA

Enumeră-ţi experienţa în ordine cronologică, începând cu cel mai recent job. Dacă acesta nu reprezintă cea mai impresionantă experienţă, aranjează lista în ordinea importanţei. Include numele companiei unde ai mai lucrat, adresa, postul ocupat şi perioada angajării. Totodată, include o scurtă descriere a realizărilor.

NU UITA ACESTE TRUCURI (TIPS)

Pune în evidenţă cele mai importante responsabilităţi, chiar dacă ele n-au fost responsabilităţile tale principale.

Foloseşte diateza activă. Propoziţiile puternice sunt acelea în care un subiect operează o acţiune (diateza activă) faţă de o acţiune operând asupra unui subiect (diateza pasivă). „Am organizat un anumit lucru" creează o impresie mai puternică decât „Lucrul respectiv a fost plănuit de mine"

Impresionează-ţi angajatorul cu relaţii de tip cauză-efect şi rezultate tangibile. Califică-ţi realizările cu procentaje (procente) şi numere precum „creşterea cifrei de afaceri cu 20%" şi „am avut în subordine o echipă formată din trei oameni".

Foloseşte descrieri pentru a evidenţia spiritul tău de iniţiativă. Creează-ţi o imagine de om activ, folosind verbe puternice de genul „propus", „lansat" şi „descurcat".

ABILITĂŢI/HOBBY-URI

Angajaţii din ziua de azi sunt mai iniţiaţi în tehnologie ca niciodată, deci asigură-te că menţionezi cunoştinţele tale PC şi tehnice. Enunţă limbaje de programare, softuri şi sisteme de operare pe care le-ai folosit, la fel ca şi atestatele pe care le ai. Nu uita de limbile străine sau abilităţile oratorice.

Include întotdeauna statutul de membru pe care îl ai în diverse organizaţii profesionale, pentru că asta denotă seriozitate în privinţa carierei tale. Menţionarea hobbyurilor este opţională. Enumerarea acestora vă poate crea o imagine de persoană deschisă pentru orice activitate, dar poate ridica sprâncene în egală măsură. Deci fii atent la ce spui (poate ar fi mai bine să ţii pasiunea pentru wrestling doar pentru tine!).

EDUCAŢIE

Enumeră mai întâi cele mai recente experienţe educaţionale şi apoi pe cele de muncă. Declară-ţi nivelul studiilor, perioada de studii, numele şi adresa facultăţii/liceului. Poţi să incluzi şi nota de licenţă/bacalaureat (dacă e suficient de mare).

REFERINŢE

Nu pierdeţi timp valoros cu referinţe. Angajatorii presupun că le vei procura la cerere.

ALTE DETALII

Fă-ţi mai multe variante ale CV-ului, fiecare croit pe tipul de job pentru care aplici. Scrierea mai multor CV-uri poate consuma mult timp, dar e un preţ mic pentru a obţine jobul pe care-l vrei

Dacă aplici pentru un job specific, află informaţii despre acea poziţie şi companie. Fii atent la cerinţele jobului şi pune în evidenţă informaţiile care reflectă cel mai bine acele nevoi ale companiei

Fii concis! Nu te întinde pe pagină. Fii sigur că fiecare cuvânt are semnificaţie

Alege caractere uşor de citit, curate şi consistente. Nu utiliza fonturi netradiţionale sau prea creative

Citeşte, corectează şi recitește CV-ul pentru a te asigura că e bine scris, clar şi concis. Refă-l dacă e cazul. Apoi roagă-ţi prietenii sau familia să-şi spună părerea.

Când completezi un CV on-line, salvează o versiune de text (cu extensia „.txt") ce arată bine pe orice calculator. Trimite CV-ul ca document ataşat şi totodată copiază-l şi ca e-mail doar pentru a fi sigur. CV-urile online pot cuprinde şi o mulţime de cuvinte cheie, de vreme ce acestea pot fi căutate cu motoare de căutare.

Cu o doză de autoevaluare, organizare corespunzătoare şi o atentă alegere a cuvintelor, CV-ul tău se ridică singur la suprafaţă pe biroul oricărui angajator

Sursa: e-Jobs

2.2. Scrisoarea de intenţie

CUM SĂ-ȚI FACI O SCRISOARE DE INTENȚIE

Reguli generale de construire:

Scrisoarea de intenţie e bine să fie tehnoredactată, cu încadrare într-o pagină.

Trebuie să fie concisă, coerentă, formată din maxim 4-5 paragrafe.

Scrisoarea începe cu numele companiei.

Se adresează departamentului resurse umane sau persoanei responsabile de angajări.

Conţinut:

☐ numele tău și posibilitatea de contact – să apară vizibil (bold, caractere cu un font mărit);

☐ interesul tău pentru un anumit post/domeniu, care trebuie precizat explicit de la începutul scrisorii, precum și modul în care ai aflat că acest post e disponibil. Nu încerca să fii evaziv, pentru a ţinti mai multe posturi simultan;

☐ argumentarea intenţiei tale de a candida pentru postul respectiv;

☐ motivarea interesului pentru postul/domeniul de activitate vizat (enumeră câteva calităţi personale și câteva succese profesionale relevante pe domeniul ales). Folosește doar expresii pozitive, în niciun caz negaţii! Folosește verbe de acţiune (intenţionez, pot, vreau etc.), evită redundanţa și clișeele!

☐ declară-ţi disponibilitatea pentru un interviu;

☐ semnează și datează scrisoarea.

Fii responsabil!

Precizează clar situaţia sau problema, dând astfel dovadă că înţelegi nevoile celor aflaţi de cealaltă parte.

Fii personal!

Pe cât posibil, nu începe scrisoarea cu „Stimată Doamnă/Stimat Domn”, așa cum indică unele modele, și nu folosi sub nicio formă un model fotocopiat pe care să îl completezi cu datele tale.

Fii concis și la obiect!

Într-o scrisoare oficială explică situaţia în cât mai puţine cuvinte. Folosește un limbaj simplu, ca să reduci riscul de a nu fi înţeles. Urmează acești pași:

☐ fă o listă cu lucrurile pe care dorești să le comunici, indiferent de ordinea acestora;

☐ utilizează argumente, exemple;

☐ gândește-te la relevanţa fiecărei probleme pe care o expui

☐ renunţă la tot ce nu este relevant;

☐ rearanjează informaţiile într-o ordine logică, firească

Verifică ortografia și gramatica!

Sursa: e-Jobs

10 NU-URI ÎNTR-O SCRISOARE DE INTENȚIE

Scrisoarea de intenţie este primul lucru pe care angajatorii îl văd atunci când deschid dosarul tău. Evită cele 10 greșeli curente și fă ca prima impresie despre tine să fie una bună și de lungă durată.

1. NU folosi la nesfârșit pronumele „eu”!

Scrisoarea ta de intenţie nu este o autobiografie. Accentul ar trebui să cadă pe felul în care îndeplinești tu nevoile angajatorului, și nu pe povestea vieţii tale. Evită pe cât se poate o atmosferă de egocentrism prin folosirea cât mai rară a acestui pronume, mai ales la începutul propoziţiilor tale.

2. NU folosi o introducere slabă!

Persoanele aflate în căutarea unui job rămân împotmolite încă de la început, în introducerea unei scrisori de intenţie. Rezultatul este de obicei o introducere slabă, neconvingătoare, care nu reușește să atragă atenţia cititorului. Uită-te la exemplul acesta

Neconvingător: Vă rog, luaţi-mă și pe mine în considerare pentru postul de Reprezentant Vânzări.

Călduţ: Nevoia firmei dumneavoastră de o performanţă absolută în domeniul vânzărilor întâlnește o excelentă completare în experienţa mea de 3 ani, aflat pe prima poziţie a producătorilor multimilionari.

3. NU uita să menţionezi cele mai importante calităţi ale tale!

O scrisoare de intenţie este o scrisoare de vânzare, care te vinde pe tine drept candidat. La fel ca și un CV, ar trebui să fie concisă și să ofere principalele motive pentru care tu ar trebui să fii chemat la interviu. Strategia unei scrisori de intenţie de succes include și accentuarea celor mai importante realizări ale tale. De exemplu:

Aptitudini de comunicare: Cinci ani de experienţă în comunicarea în public și un fond solid în comunicarea scrisă la nivel executiv.

Experienţă PC: Nivel profesionist în toate aplicaţiile MS Office și experienţă în dezvoltarea website și design.

4. NU scrie prea mult, dar nici prea puţin!

Dacă scrisoarea ta de intenţie are doar unul sau două paragrafe, atunci probabil că nu prea are informaţii care să te vândă în mod efectiv. Dacă depășește o pagină, s-ar putea să îi facă pe cititorii ei să adoarmă. Menţine-ţi scrisoarea concisă și respectă timpul cititorului.

5. NU copia cuvânt cu cuvânt CV-ul tău!

Scrisoarea ta de intenţie nu ar trebui să copieze cuvânt cu cuvânt ceea ce este deja în CV-ul tău. Reformulează propoziţiile scrisorii dacă este nevoie, pentru a evita ca citirea CV-ului să fie una plicticoasă. Consideră că, prin scrisoarea de intenţie, tu scrii de fapt o povestire scurtă, cum ar fi „Cea mai grea vânzare a mea" sau „Cea mai mare provocare tehnică a mea".

6. NU fi vag!

Dacă aplici la o deschidere unde se face publicitate unui număr mare de joburi (ex: Târgul de joburi pentru studenţi), neapărat nu uita să treci titlul jobului pe scrisoarea ta de intenţie. Persoana care îţi citește scrisoarea poate că a mai citit alte sute de scrisori pentru zeci de alte joburi. Fii sigur că întregul conţinut al scrisorii susţine modul în care tu îţi propui să îndeplinești nevoile angajatorului.

7. NU uita să individualizezi!

Dacă aplici pentru un număr mai mare de joburi pe o poziţie similară, tentaţia este aceea de a trimite copiile aceleiași scrisori de intenţie. E bine, atâta timp cât fiecare dintre ele este individualizată. Nu uita să schimbi numele companiei dacă este cazul, numele jobului și numele persoanei de contact - dacă scrisoarea adresată domnului Iordache ajunge la acesta cu numele domnului Pricop, sigur nu va rămâne impresionat.

8. NU încheia scrisoarea într-un mod pasiv!

Pune-ţi viitorul în propriile mâini! În loc să ceri să fii sunat, încearcă o propoziţie de genul: „Vă voi contacta în câteva zile pentru a răspunde oricăror întrebări preliminare pe care le-aţi putea avea. Între timp, mă puteţi găsi la 07....."

9. NU fi nepoliticos!

Scrisoarea ta de intenţie ar trebui să mulţumească cititorului pentru timpul și atenţia acordate.

10. NU uită să semnezi scrisoarea!

Este ca o etichetă în lumea afacerilor (și scoate în evidenţă atenţia ta faţă de detalii), semnarea scrisorilor. În orice caz, dacă îţi trimiţi scrisoarea sau CV-ul prin e-mail, o semnătură nu este neapărat necesară.

Sursa: e-Jobs

PERSONALIZAREA SCRISORILOR DE INTENȚIE

Chiar dacă anunţul la care vrei să aplici este diferit de sectoarele de industrie cu care ești obișnuit, este bine ca întotdeauna să-ţi personalizezi scrisoarea de intenţie. Scrisorile standard îi arată intervievatorului că nu ești în totalitate interesat de postul respectiv, doar prin simplul fapt de a personaliza scrisoarea de intenţie arăţi interes și iniţiativă.

Scrisoarea de intenţie variază în funcţie de tipul de job și de modalitatea de a aplica, de exemplu tu aplici la un anunţ, redactând o scrisoare către o companie care nu a făcut public anunţul. Oricare ar fi scopul tău, ai grijă cum te vinzi și motivele pe care le menţionezi în legătură cu ce poţi face pentru compania respectivă.

Un post căruia i s-a făcut publicitate

Fă cercetări legate de compania și de postul pentru care vrei să aplici, astfel încât destinatarul să fie surprins. Ai grijă să îndeplinești toate cerinţele postului și precizează-le separat în scrisoarea de intenţie.

Atrage atenţia asupra calificărilor tale. Adresează scrisoarea de intenţie persoanei specificate în anunţ.

Un post căruia nu i s-a făcut publicitate

A aplica pentru un post care nu a fost făcut public este cea mai bună metodă de a găsi un loc de muncă. Este puţin probabil ca aplicaţia ta să fie o supraîncărcare a CV-urilor și scrisorilor de intenţie primite și nu va fi așezată într-un vraf mare de hârtii, ci, conform teoriei, va beneficia de mai multă atenţie. Companiei îi arăţi că ai iniţiativă.

În introducerea scrisorii prezintă cunoștinţele tale despre companie împreună cu o declaraţie potrivită legată de contribuţia pe care o poţi avea.

Dacă este posibil, fă referire la cineva din cadrul companiei sau la un articol din ziar referitor la companie.

În încheiere precizează care sunt acţiunile pe care le vei întreprinde, de exemplu „Vă voi contacta săptămâna viitoare pentru a discuta despre un posibil interviu”.

Cerere pentru experienţa de lucru

Experienţa de lucru este o metodă bună de a înţelege ce carieră să urmezi. Unele companii încurajează acest lucru și îi dau persoanei respective mai multe atribuţii decât să facă o cafea și să copieze documente.

Sunt două metode de a lucra pentru a căpăta experienţă, remunerată sau neremunerată. Este mai ușor să găsești loc pentru munca neplătită din motive evidente; dacă este posibil, aplicantul ar trebui să adreseze scrisoarea unei persoane din cadrul companiei.

Pune accent în scrisoare pe cunoștinţele/cursurile făcute la facultate/colegiu și de ce sunt ele relevante în sectorul pentru care aplici. Dacă soliciţi angajare neplătită, specifică în scrisoare, iar dacă soliciţi experienţă plătită, nu preciza suma dorită.

Aceste informaţii se vor a fi doar sugestii, adaptaţi-le cerinţelor de moment. Mult succes!

Sursa: e-Jobs

10 ÎNTREBĂRI ȘI RĂSPUNSURILE LOR ÎN LEGĂTURĂ CU SCRISOAREA DE INTENȚIE

1. Trebuie să scriu scrisoarea de intenţie de mână?

Scrisoarea de intenţie poate fi scrisă la calculator și printată numai cu cerneală neagră, în cazul în care angajatorul nu a specificat că dorește să fie scrisă de mână. În cazul în care dorește ca scrisoarea să fie scrisă de mână, ar trebui să folosești un stilou de calitate și să fii atent să nu faci greșeli.

2. Cât de lungă ar trebui să fie scrisoarea de intenţie?

Nu depăși o pagină format A4. Aranjează textul în așa fel încât să apară centrat în pagină.

3. Cui mă adresez în scrisoare?

Dacă ai numele angajatorului, adresează-te acestuia, dacă nu, încearcă să afli un nume pe pagina de internet a firmei sau telefonând și întrebând cine este șeful departamentului. Dacă nu reușești să afli, atunci adresează-te cu Stimată/Stimat Doamnă/Domn.

4. Când ar trebui să trimit o scrisoare de intenţie?

Scrisoarea de intenţie trebuie trimisă întotdeauna împreună cu CV-ul.

5. Cum ar trebui să închei scrisoarea de intenţie?

O scrisoare de intenţie este o scrisoare de afaceri și drept urmare ar trebui să se încheie cu „Cu sinceritate/Al dvs. cu stimă”.

6. Care sunt punctele principale pe care ar trebui să le includ în scrisoarea de intenţie?

Primul paragraf – menţionează pentru ce post aplici și de ce ești cel mai bun candidat pentru postul respectiv.

Al doilea paragraf – oferă detalii despre cum poţi contribui tu în cadrul companiei și care sunt calităţile tale care te fac potrivit pentru postul respectiv.

Al treilea paragraf – scrie despre ţelurile tale, legându-le de domeniul companiei și de postul pentru care aplici. Solicită un interviu cititorului atunci când dorește și comunică faptul că vei păstra legătura.

Concentrează aceste informaţii în maxim patru paragrafe, incluzând o adresă de contact și semnătura.

7. Pot trimite aceeași scrisoare de intenţie tuturor anunţurilor?

Este preferabil să-ţi direcţionezi fiecare scrisoare în funcţie de anunţul pentru care aplici. Este foarte ușor pentru un angajator să respingă scrisorile tip.

8. Ce trebuie să fac după ce am trimis o scrisoare de intenţie?

Ţine minte când ai trimis scrisoarea și revino cu un telefon după aproximativ o săptămână. În timpul în care aștepţi răspunsul de la o companie, continuă să aplici și la alte anunţuri.

9. Să folosesc fonturi diferite și ce tip de hârtie să folosesc?

Aceasta este o scrisoare formală, deci nu folosi fonturi stilate, rămâi la Times, Times New Roman sau Arial. Trebuie să fie cerneală neagră pe coală albă. Printează scrisoarea pe același tip de coală ca și la CV.

10. Ce tip de exprimare să folosesc?

Folosește ceva simplu, evită clișeele și frazele prea comune. Încearcă să nu folosești prea multe formulări de genul „pot”, „am”, „sunt” la începutul propoziţiilor. Limbajul trebuie să fie ferm și ușor de înţeles, folosește multe verbe de acţiune și evită abrevierile și jargoanele.

Sursa: e-Jobs

SCRISOAREA DE RECOMANDARE

Scrisorile de recomandare diferă în funcţie de menirea lor – spre exemplu de scop – şi de persoana care le trimite – de exemplu departamentul de resurse umane, manager direct, colegi (în mai puţine cazuri).

Astfel de scrisori pot fi solicitate pentru o varietate de motive, inclusiv un nou post, o aplicaţie pentru o specializare sau pentru apartenenţa la o asociaţie profesională.

- O scrisoare de recomandare conţine de obicei următoarele:
- Numele complet al angajatului
- Numele companiei
- Titlul postului pe care îl deţine
- De cât timp lucrează pentru companie
- Alte posturi deţinute în companie și perioada în care au fost ocupate
- Responsabilităţile angajatului
- Punctele tari ale angajatului
- Câteva dintre realizările angajatului

Există și multe alte aspecte care pot fi incluse.

În unele cazuri, ca dovadă de angajare, poate fi solicitată o simplă scrisoare cu referinţe. O scrisoare cu referinţe pur și simplu menţionează fapte și date, fără să pomenească nimic despre punctele tari ale angajatului sau despre realizările sale.

Mostră de scrisoare de recomandare:

Dragă (*Nume*),

(*Numele complet al angajatului*) a fost angajatul companiei (*Numele Companiei*) din noiembrie 1999 când a fost angajat/ă în postul de (*Poziţie/Titlul postului 1*). În decembrie 2000 a fost promovat/ă în postul de (*Poziţie/Titlul postului 2*) care reprezintă slujba sa actuală.

Responsabilităţile sale ca (*Poziţie/Titlul postului 1*) includeau (*Responsabilitatea 1*), (*Responsabilitatea 2*) și (*Responsabilitatea 3*).

După ce a preluat postul de (*Poziţie/Titlul postului 2*), responsabilităţile sale de lucru s-au modificat pentru a include și (*Responsabilitatea 4*), (*Responsabilitatea 5*) și (*Responsabilitatea 6*).

El/ Ea este un/o angajat/ă foarte devotat/ă. Punctele sale tari sunt evidente mai ales în abilitatea sa de învăţare, spiritul de echipă, calităţile de lider și respectarea termenelor limită.

Printre realizările sale se numără: (*Realizarea 1*), (*Realizarea 2*) și (*Realizarea 3*).

(*Numele angajatului*) este un (*Poziţie/Titlul postului*) capabil și vi-l recomandăm cu încredere pentru o astfel de poziţie.

Cu respect,

(*Nume*)

(*Poziţie*)

Sursa: e-Jobs

CUM BAȚI CEL MAI BINE TOBA CÂND ÎȚI CAUȚI UN LOC DE MUNCĂ

1. Relaţiile cu oamenii apropiaţi

Ok, te afli în căutarea unui job și cred că și tu ești de acord că este important să știi cât mai multe direcţii și piste pentru a-ţi mări cât mai mult șansele de angajare.

Haide să le luăm pe rând. În primul rând este important să faci cunoscut cât mai multor prieteni și cunoștinţe că ești în căutarea unui job. Prietenii sunt primii care vor reacţiona de cele mai multe ori prompt la problema ta. Pentru că te cunosc, vor fi empatici și cei mai mulţi vor încerca să te susţină. Legat de cunoștinţe, cel mai potrivit ar fi să te vezi personal cu cât mai mulţi. Poţi fi chiar tu cel care organizează o ieșire cu prietenii, foști colegi de liceu sau de facultate, foști colegi de muncă etc. Este un bun prilej să afli ce face fiecare și cum au evoluat pe plan profesional și dacă unul dintre ei știe sau poate intermedia o potenţială angajare pentru tine. Mie mi s-a întâmplat să aflu de jobul la care lucrez în prezent de la o fostă colegă de facultate, pe care am reîntâlnit-o în urma unei ieșiri cu colegii de studenţie.

Oamenii reacţionează diferit. Unii sunt pasivi și se mulţumesc cu o ridicare de umeri, alţii vin cu soluţii concrete, alţii sunt în pană de idei, pentru că nu au trecut printr-o experienţă similară și nu o pot înţelege. Tocmai pentru că există diversitatea asta de situaţii, nu te sfii să pui întrebări sau să rogi, acolo unde este cazul, să-ţi fie trimisă aplicaţia direct la departamentul de HR, sub forma unei aplicaţii spontane. Până la urmă, nu ai de unde să știi de unde sare iepurele. Poate fi o idee bună să menţionezi în scrisoarea de intenţie că te afli în căutarea unui job și că ești de părere că cea mai bună metodă este să fii proactiv, tocmai din acest motiv vrei să abordezi lucrurile în felul acesta.

Tu te folosești de toate cunoștinţele pe care le ai pentru a-ţi găsi jobul dorit? Dacă nu, ce te oprește?

2. Net-ul și rețelele sociale

Te poţi folosi de internet ca să trimiţi cât mai multor oameni din lista ta de e-mail o cerere de ajutor. Prezintă-le succint situaţia în care te afli, jobul pe care îl cauţi sau, dacă nu ştii sigur ce poziţie cauţi, poţi specifica în linii generale domeniile în care ai vrea să lucrezi şi nivelul de experienţă pe care l-ai atins în fiecare dintre ele. Roagă-i să te aibă în vedere în situaţia în care se fac angajări la firma la care lucrează sau în cazul în care vor afla de un job care îţi poate fi cât de cât potrivit. Recomand să ataşezi un CV la e-mailul pe care îl trimiţi. De ce nu, poţi pune un titlu mare şi lat la statusul de pe aplicaţiile de chat, important este să îţi faci cunoscută situaţia.

De ce este important acest aspect – „să baţi toba" că tu eşti în căutare de job? Pentru că, în primul rând, este la îndemână şi nu te costă timp sau implicare, apoi pentru că sunt mulţi angajatori care încă fac angajarea prin campanii informale de recrutare, neapelând la un departament de HR (sunt situaţii, şi am întâlnit câteva, în care nu există departament de HR). În cazul acestor firme, angajarea se face pe bază de recomandare din interior și se pare că de multe ori această metodă a fost suficient de bună ca să nu fie nevoie de schimbarea ei prin campanii de HR. Este cazul meu și mai știu câteva care susţin ideea.

De ce nu, poţi face cunoscut faptul că îţi cauţi un job în cadrul tuturor reţelelor sociale în care activezi. Dacă eşti activ pe Facebook și ai reușit „să strângi" o listă de oameni/prieteni/cunoștinţe, fă cunoscut că îţi cauţi un job și cere recomandarea unui potenţial job. O idee ar fi să faci o cauză de găsire de job printre cunoscuţi, prin care să le ceri ajutorul.

Simţi că te oprește ceva în afișarea publică a status-ului „caut job"? Îţi recomand să începi cu paşi mici, dar relevanţi, pentru că te ajută să conştientizezi că a cere ajutorul nu este un lucru de care să-ţi fie ruşine.

3. Reţele profesionale

Un amic de-al meu a folosit o metodă interesantă pentru a-și găsi un job. În primul rând a avut o atitudine proactivă și asta l-a diferenţiat mult de restul candidaţilor. A abordat persoane de la diferite firme către care își trimitea aplicaţia prin intermediul reţelelor profesionale, de exemplu linkedin. Cum funcţionează astfel de reţele? După cum este de aşteptat, trebuie să completezi un profil profesional, urmând șablonul unui CV. Fiind o reţea profesională, poţi să îţi adaugi contacte în lista ta de prieteni,

atâta timp cât există un element comun în cadrul profilului, dezvoltându-ți în acest fel propria rețea profesională. De exemplu, persoana pe care vrei să o adaugi în listă a absolvit aceeași facultate ca și tine sau ați aderat amândoi la un grup profesional comun de pe linkedin sau ați fost/sunteți colegi la un fost/actual loc de muncă etc. Pentru a adăuga în listă persoanele cu care nu ai niciun element comun, trebuie să apelezi la o altă persoană care are deja o legătură stabilită și te poate recomanda și tot așa. Ideea este simplă: cu cât ai mai multe contacte în lista de pe linkedin, cu atât ai acces mai repede la persoane cu care vrei să intri în contact. Și, ați ghicit, de cele mai multe ori persoanele care reprezintă un interes real pentru tine, acela de a-ți găsi un loc de muncă, sunt cele de la departamentul de HR sau team-leaderi sau project manageri, persoane cu funcții de conducere. Aceste rețele sociale, cum este de exemplu linkedin, ușurează foarte mult munca celor de la HR și de ce nu ne-ar ușura-o și nouă, cei care căutăm un loc de muncă. Amicul despre care vă spuneam a procedat în felul următor: după ce a intrat în contact cu o anumită persoană vizată, îi trimitea un mesaj care includea o mică prezentare succintă a profilului și a locului de muncă căutat, propunându-le totodată o întâlnire pentru a se cunoaște și a vedea dacă pot există interese comune în eventualitatea unei colaborări.

Care ar fi avantajul unei astfel de abordări? În primul rând pleci de la o premisă comună: atât tu cât și persoană către care te adresezi folosiți aceeași rețea profesională. Apoi, ești transparent prin prisma relațiilor și profilului pe care l-ai creat. În cazul cel mai bun, sunt persoane care îți recomandă munca în cadrul rețelei din care faci parte și acest lucru nu are decât să fie o mare bilă albă pentru tine. Cu atât mai bine dacă te-ai înscris în anumite grupuri profesionale, conexe cu tipul de activitate pe care îl desfășori.

Lucrurile sunt abordate un pic altfel, nu ești un simplu candidat, ci o persoană care vine cu o propunere de întâlnire, iar acest lucru poate face o diferență consistentă. Exemplul amicului de care vă spun a fost foarte bine întâmpinat de către oamenii de HR și mulți l-au felicitat și l-au întrebat cum de s-a gândit să abordeze lucrurile altfel, altfel față de, evident, restul candidaților, care abordau doar atitudinea „am aplicat”/„aștept să fiu sunat”.

Ce faci dacă nu știi numele persoanei de la Resurse Umane? Foarte simplu, îl cauți! De cele mai multe ori, persoanele de la HR au conturi pe site-urile de tipul linkedin, acestea fiind o bună modalitate de a recruta. Așa că încearcă să incluzi în căutarea unei persoane filtre precum țara, numele firmei și departamentul de HR.

Tu folosești rețele profesionale? Dacă nu, ce te împiedică? Un nou profil de completat? Dacă da, contrapune în balanţă avantajele prezentate mai sus.

4. Întâlniri ocazionale

Îţi recomand, dacă poţi, să te duci la cât mai multe întâlniri la care știi că participă oameni din diverse medii profesionale. De exemplu, am reușit să merg pe bază de invitaţie la Evenimentul Coaching/Training 2010. Mă gândeam sincer cum voi reuși să interacţionez cu oameni pe care îi credeam mai sofisticaţi și care îmi vor pune de la primul salut o carte de vizită în mână (cu atât mai mult cu cât eu nu aveam una). Cred că răspunsul constă în a fi cât se poate de simplu, de natural și să fii deschis. Dacă nu ai o carte de vizită, spune asta. Poţi argumenta că în prezent ești în căutarea unui loc de muncă (dacă este cazul) și că ai avut plăcerea cu această ocazie să nu mai iei cu tine niște cărţi de vizită plicticoase de la fostul loc de muncă, dar că vei răspunde la adresa de e-mail din cartea de vizită pentru a face, în acest fel, schimb de contacte.

Vă dau un mic exemplu pe care l-am trăit eu. La una dintre întâlnire acestea, fiind în toaletă, m-am oferit să ajut o doamnă care nu-și mai putea scoate clama din păr. A fost un moment bun să intru în discuţie și să dau curs „întâlnirii”. În câteva minute am aflat că și persoana respectivă își căuta un job și că lucrase ani buni într-o multinaţională, într-o poziţie de conducere. Am avut o interesantă discuţie (evident, nu în toaletă) despre situaţia pieţei de recrutare, despre șanse și oportunităţi și am primit câteva idei faine. Am trimis e-mail și mi s-a răspuns.

În altă situaţie nu am făcut decât să urmăresc cum procedează alte persoane când doresc să se introducă singure unei alteia pe care vor să o cunoască din diverse motive. Am observat că imediat ce se prezintă se face schimbul acesta de cărţi de vizită și apoi are loc o discuţie mai lungă sau mai scurtă, dar că sunt și persoane mai „tinere” sau mai „neexperimentate” care nu au foarte multe de spus, dar au în schimb curajul să meargă și să ceară o carte de vizită și să aducă o apreciere odată cu ea sau o formulă prin care să sugereze că nu își doresc acea carte de vizită pentru colecţia de acasă, ci pentru că îi văd utilitatea și apreciază persoana în cauză.

Altă dată am participat la un eveniment de două zile organizat cu ocazia lansării unei şcoli vocaţionale. Una dintre prezentări a fost susţinută de o persoană care lucra ca și recrutor de mai bine de 5 ani pe piaţa din România. Nu am avut cum să cer o carte de vizită, dar am luat legătura cu organizatorii și am obţinut în felul acesta o adresă de contact. Am scris și mi s-a răspuns și chiar într-un mod concret (era vorba de o posibilă angajare pentru în job în Praga).

Ce ai zice dacă de acum încolo ai fi mai atent la oamenii și situaţiile de viaţă cu care te întâlnești? S-ar putea foarte bine ca persoana din faţa ta să fie viitorul tău șef!

Scris de Alina Buzatu

APLICAȚII SPONTANE

Cum ţi se pare ideea asta de a aplica spontan, fără să existe în prealabil un anunţ de recrutare? Crezi că este o pierdere de timp? Dacă da, cum te-ai simţi să fii chemat la interviu?

Am trimis la un moment dat o aplicaţie către o firmă de recrutare cu subiectul „Aplicaţie spontană pentru poziţia X". Eram perfect conștientă că nu am nimic de pierdut, așa că am scris în câteva rânduri din cadrul e-mailului care sunt domeniile de interes și am atașat un CV și o scrisoare de intenţie generică. Rezultatul? M-au sunat și am mers chiar și la interviu!

Concluzia? Nimeni nu îţi garantează că vei lua un anume job pe care ţi-l doresti, dar deocamdată te afli în situaţia în care testezi diferite piste pentru decolare. S-ar putea să dai peste un câmp arid sau peste un JFK, asta o vei afla cel mai devreme doar după un prim interviu. Mi s-a întâmplat la un moment să dau curs unui interviu, faţă de care iniţial nu aveam nicio tragere de inimă. Totuși, m-am hotărât să merg. Mă așteptam să găsesc o firmă de apartament cu doar câțiva angajaţi. Surpriza a fost însă de proporţii. Sediul firmei era într-o clădire superbă, de genul acelora care găzduiesc ambasade, persoana de la HR a fost una dintre cele mai deschise persoane cu care am purtat un interviu, iar durata medie de colaborare dintre angajaţi și firmă era de minim 7 ani de zile. Interesant, nu?

Cum găsești drumul într-un domeniu necunoscut, în care vrei să aplici? Cum apuci taurul de coarne?

În primul rând, evident, te adresezi firmelor din domeniu. Încearcă să faci un pic de cercetare pe net și să vezi care sunt jucătorii de pe piaţă. Fă rost de un contact și trimite-le în mod spontan aplicaţia ta.

În perioada în care îmi doream să găsesc un job ca și trainer, ţin minte că am găsit pe net o statistică cu primele zece firme mari de training din ţară și am trimis către fiecare aplicaţia mea. Din zece firme, de la două am primit răspuns, unul dintre ele foarte fain și plin de încurajări.

Mai poţi lua de asemenea în calcul clienţii companiei la care aplici și, atunci când este cazul, chiar și furnizorii. Încearcă să ai ochii cât mai deschiși și să înţelegi întreg procesul de business, precum și părţile implicate. Poţi găsi secţiunea „Clienţi" de cele mai multe ori pe site-ul de prezentare al companiei sau la secţiuni de tipul „Testimoniale", unde

este redat feedbackul clienţilor la adresa serviciilor și produselor oferite de respectiva companie. Ideea de bază este să ai o atitudine proactivă și să-ți dai ocazia de a face un „brainstorming" asumat pentru a identifica cât mai multe metode alternative de a găsi jobul pe care îl cauţi și, mai ales, să te poţi diferenţia de majoritatea celor care aplică în mod convenţional folosind site-urile de recrutare.

Este important să dau curs oricărui interviu?

Eu cred că da! Indiferent de review-urile de pe site-uri cum ar fi „desprefirme.ro" sau de recomandările venite de la prieteni și cunoștinţe, dacă timpul nu te obligă să fii selectiv și ești într-un proces de căutare de job, du-te la cât mai multe interviuri.

Nu numai că vei câștiga o experienţă benefică, în sensul că vei fi pus în faţa unor situaţii noi, dar va trebui să răspunzi la întrebări la care poate nu te-ai gândit, vei avea de-a face cu diferiţi oameni, poate chiar vei exersa vorbitul unei limbi străine. Foarte important, dacă ești o persoană emotivă, vei reuși să-ți stăpânești mai bine emoţiile mergând la interviuri. La un moment dat, fusesem la așa de multe interviuri, încât, întrebată fiind în discuţia de început din cadrul unui interviu dacă am emoţii, nu am putut să-mi stăpânesc un zâmbet. Normal că nu mai aveam emoţii, mersesem și la trei interviuri pe zi, ceea ca mă facea să mă simt foarte confortabil cu procesul de recrutare, cu discuţiile cu angajatorul, chiar și cu întrebările incomode.

De asemenea, poţi afla lucruri interesante despre firmele de pe piaţă, vei vedea modul în care abordează lucrurile, „ce se cere", ce anume ar fi bine să știi, ce răspunsuri este indicat să dai la anumite întrebări mai incomode.

De exemplu, dacă ai fost concediat, poate cel mai bun răspuns este să argumentezi că ţi-ai pierdut locul de muncă în urma unor reduceri masive de costuri și disponibilizări de personal sau că s-a încheiat proiectul pe care lucrai și, odată cu acesta, și atribuţiile tale sau - de ce nu? - că a fost o colaborare pe o perioadă determinată. Dacă „nu ai un răspuns" pregătit pentru a justifica faptul că nu mai ești în câmpul muncii de ceva timp, poţi testa la interviuri reacţia oamenilor faţă de un răspuns sincer.

Nu uita, totuși, că ești la un interviu ca să te vinzi și, indiferent de cât de amabil este omul din faţa ta, nu confunda lucrurile și nu te aștepta să fii înţeles pe deplin.

Nu ai fost la interviuri cărora inițial nu ai vrut să le dai o șansă, ca apoi, mergând, să fii surprins în mod plăcut?

Când știi că trebuie să mai aștepți pentru a primi oferta de job dorită sau, din contră, să dai curs unei oferte sigure și concrete de job?

Nu prea știi. După părerea mea, poți acționa la nivel de analiză la fel de bine ca și la nivel de predicție, de estimare sau de intuiție. Am fost pusă în situația în care am primit ofertă financiară (atenție, trimisă pe e-mail!) de la o binecunoscută companie multinațională, am acceptat-o (atenție, telefonic!) și mi s-a spus că „este o chestiune" de două săptămâni, cel mult o lună de zile, până când se vor face aprobările procedurale pe scara ierarhică din SUA și se va semna contractul de muncă. Mai erau alte două oferte la care trebuia să dau un răspuns.

Am analizat situația și am cerut și păreri în stânga și în dreapta. Se contura o idee unanimă, că nu au „cum să dea țeapă", sunt prea mari, prea cunoscuți și prea corporatiști. Am spus pas celor două oferte alternative de job și am făcut pauză de la aplicat o perioadă de timp, așteptând promisa aprobare pe scara ierarhică. La un moment dat, am decis să reiau procesul de căutare de job, pentru că trecuseră deja mult mai mult de două săptămâni.

Nu am dat cu piciorul unor joburi de vis, dar trebuie să recunosc că, pe baza unei presupuse viitoare angajări, am spus pas câtorva dintre ele. Mai mult decât atât, am încetat să mai aplic și lucrul acesta cu siguranță nu a fost unul inspirat. Acum sunt angajată la una dintre firmele pe care nu le-am luat în calcul în perioda în care credeam că, atunci când ți se trimite o ofertă financiară și o accepți, există „șanse" minime ca bugetul pentru poziția respectivă să nu fie deja aprobat, chiar și în cazul unei companii mari, cu renume. Știu acum că acest lucru este posibil și mi-am învățat lecția.

A da cioara din mână pentru pasărea de pe gard poate fi în anumite situații destul de nesăbuit și costisitor. Ce am învățat din alegerea făcută este să iau în calcul și să cântăresc cât se poate de bine ofertele **concrete** și să nu mă bazez pe etichete mentale de genul „așa ceva nu se poate întâmpla" sau „nu s-a întâmplat până acum, nu mi se va întâmpla mie".

Tu ai trecut printr-o situație similară cu cea descrisă de mine? Cum a fost experiența ta?

Scris de Alina Buzatu

RECRUTAREA PE INTERNET

Apariţia internetului a influenţat într-un mod pozitiv procesul de recrutare din ţara noastră. Din ce în ce mai mulţi oameni aplică online şi renunţă să apeleze la anunţurile de angajare publicate în ziare.

Care sunt totuşi motivele pentru care oamenii preferă acest tip de conexiune cu angajatorul şi, implicit, această modalitate de recrutare?

În primul rând, costurile sunt mult mai scăzute în raport cu alte metode de selecţie a viitorilor angajaţi. Majoritatea site-urilor de acest gen oferă anunţuri de angajare gratuite şi, în plus, numărul ridicat de utilizatori de internet din România a devenit un motiv suficient de puternic pentru ca marile companii să apeleze la astfel de abordări în domeniul selectării resurselor umane.

Rapiditatea este un alt criteriu, deoarece candidaţii pot fi contactaţi pentru stabilirea unui interviu chiar în aceeaşi zi în care aplică. Aceştia au posibilitatea să-şi creeze un CV virtual şi să-l modifice ori de câte ori este necesar.

CV-ul – cheia către succes

Să fie oare CV-ul cheia către succesul în carieră? Bineînţeles, dacă ştii să accentuezi etapele cu adevărat importante din evoluţia ta profesională.

O să încerc să evidenţiez în primul rând greşelile frecvent întâlnite în CV-uri pentru a putea învăţa cum nu se procedează când ne scriem CV-ul.

Fotografia

Orice recrutor care deschide un CV se uită, fără intenţie, mai întâi de toate la ce fotografie ai folosit pentru a te prezenta. Caută o fotografie care te reprezintă cel mai bine pentru o nouă slujbă. În niciun caz nu alege o fotografie de grup sau dintr-o vacanţă la munte cu prietenii.

Uneori o fotografie face cât o mie de cuvinte. Te uiţi la acea persoană şi ştii dacă vei parcurge în totalitate CV-ul sau dacă te vei opri. Poate sună a discriminare, dar aceasta este realitatea. CV-ul este o carte de vizită. Alege o fotografie în care eşti doar tu şi ai o ţinută decentă. În spatele tău să nu se vadă alte persoane şi, mai important, este recomandat să fie cât mai recentă. Nu ajută pe nimeni dacă ataşezi o fotografie din tinereţe dacă tu acum eşti la pensie.

În eventualitatea în care nu ai o astfel de fotografie (tip buletin) este un semnal de alarmă că ar trebui să faci cât mai curând o schimbare în CV.

Obiectivul

„Să avansez în carieră"- acesta este cel mai vag şi mai pueril obiectiv pe care l-am citit vreodată. Doar atât? În carieră, dar şi în viaţă este extrem de important să ştim să ne conturăm obiectivele. Să ştim exact ce vrem şi să facem tot posibilul să ajungem „acolo". „Să devin şef" nu este nici acesta un obiectiv clar, la fel „să am mai mulţi bani". Toţi vrem bani, dar cum ajungem să-i câştigăm este adevărata enigmă pe care ar trebui să o elucidăm. Nu toţi suntem făcuţi să fim antreprenori. Unii dintre noi se potrivesc tipului de angajat şi nu este nicio ruşine atâta timp cât știm că acel statut ne aduce fericirea. Meditează şi află ce vrei de la viaţă. Ia o foaie de hârtie şi notează. Ce trebuie să faci pentru a ajunge în acel loc? Care sunt paşii pe care trebuie să-i urmezi? Care sunt obstacolele care te pot împiedica? Când ştii exact că obiectivele tale sunt reale, încearcă să o iei treptat. Nu ai cum să ajungi într-o funcţie de conducere peste noapte, mai ales dacă eşti în căutarea unui loc de muncă. Analizează-te şi formulează un obiectiv real şi relevant pentru cariera ta. Toţi suntem la fel, nu există oameni deştepţi și oameni proşti, există doar persoane care au ştiut să investească cu adevărat în propria educaţie sau persoane care au preferat să fie conduse de val.

Beneficii dorite

Această secţiune poate fi una critică dacă nu ştii exact de ce anume ai cu adevărat nevoie. Dacă aş scrie într-un CV că vreau „maşină, laptop şi casă de serviciu" cred că orice recrutor ar renunţa să citească mai departe detaliile din acesta. Când ştim care este poziţia noastră actuală, ştim şi care sunt pretenţiile pe care să le solicităm. Aceste beneficii pot fi discutate cel mai bine într-un mod adecvat în timpul interviului. Nu te arunca cu capul înainte pentru că s-ar putea să te lovești fără să fie nevoie.

Experienţă, responsabilităţi

Experienţa este uneori cuvântul cel mai „dureros". Fie eşti prea tânăr şi nu ai experienţă, fie eşti în vârstă şi ai prea multă experienţă pentru respectivul loc de muncă. Îl pot da ca exemplu pe tatăl meu care lucrează de peste 40 de ani în același loc. Din păcate sau din fericire, depinde cum privim lucrurile, această experienţă îndelungată nu se mai aplică și în cazul generaţiei noastre. Există o nouă mentalitate care ne determină să ne schimbăm locurile de muncă mult mai des decât o făceau părinţii noştri acum 25 de ani. Tocmai de aceea avem nevoie de acest tip de pregătire. Niciodată nu se ştie când suntem nevoiţi să ne schimbăm cariera, mâine putem să avem un job „stabil" şi poimâine să fim puşi în situaţia unei persoane care este în căutare de noi perspective profesionale.

Revenind la redactarea propriu-zisă, când îţi scrii experienţa începe cu ultimul loc de muncă pe care l-ai avut şi termină cu primul, acesta fiind modul în care se vizualizează la final CV-ul. Este primordial să observi structura de completare a site-ului pentru a evita ca în final experienţa să fie greşit afişată. Notează tot ce este important la un fost loc de muncă precum şi persoanele care ar putea să te recomande în cazul în care ţi se vor solicita referinţe de acest gen. Existenţa unor astfel de persoane este o dovadă că lucrurile au decurs bine şi foştii angajatori te pot recomanda fără niciun fel de probleme ulterioare.

Uneori o secretară are mult mai multe responsabilităţi decât o cere fişa de post, la fel este cu orice alt fel de loc de muncă. Evidenţiază responsabilităţile şi arată că ai avut un rol important în acea companie. Dacă ai ajutat într-un fel sau altul la stimularea afacerii, menţionează exact modul în care ai procedat.

Nu intra în detalii confidenţiale, nu-ţi critica foştii şefi şi nu scrie mai mult decât este cazul. Un CV de 10 pagini care nu spune nimic nu o să te ajute într-un mod pozitiv.

Studii, cursuri

Când vine vorba de studii îţi recomand ca liceul să fie un început. Recrutorii nu apreciază în mod aparte o diplomă obţinută la olimpiada de geografie din clasa a VI-a (poate doar dacă în prezent eşti ghid turistic). Ceea ce vreau de fapt să spun este să te concentrezi pe studiile cele mai importante şi pe cursurile care te pot ajuta să faci un pas înainte în carieră.

Te sfătuiesc să cauţi pe internet cursuri care se derulează cu sprijinul fondurilor europene. Cu ajutorul acestora îţi poţi îmbunătăţi cunoștinţele și nici nu vei fi nevoit să plătești taxă pentru participare.

Limbi străine

„Avansat”- ce înseamnă acest cuvânt pentru tine? Ai o diplomă care să ateste acest nivel sau chiar ştii atât de bine limba respectivă?

Vremurile s-au schimbat şi majoritatea locurilor de muncă solicită cunoaşterea unei limbi de circulaţie internaţională. Dacă în CV scrii că ştii „engleză avansat”,dar la interviu arăţi contrariul, în final ai mai mult de pierdut decât de câştigat. Fii sincer cu tine, respectă-ţi cunoştinţele şi vei fi şi tu la rândul tău respectat.

Cunoştinţe PC

Una dintre cunoştinţele PC destul de frecvent întâlnite este „navigarea pe internet". Adică vrei să spui că ştii să intri pe un site de ştiri sau pe unul de socializare? Recrutorii au nevoie de cunoştinţe concrete, mai ales dacă vorbim de un loc de muncă în domeniul IT. Când ştii că nu ai cunoştinţe, mai bine să nu scrii nimic şi să treci la următoarea etapă.

Alte aptitudini, cunoştinţe relevante pentru CV

La acest pas, ideea care ar trebui să guverneze în creierul tău este „relevant pentru CV-ul meu". Dacă îţi place să mergi cu prietenii la film sau să faci mişcare nu ştiu în ce mod ar fi această activitate relevantă pentru CV-ul tău. Ca exemplu de aptitudini pe care le poţi nota aş menţiona: spiritul de lucru în echipă sau adaptabilitatea în diferite medii. De asemenea, ar fi indicat să menţionezi şi modul cum ai dobândit aceste aptitudini. Doar două cuvinte scrise doar de dragul unui CV completat mai frumos nu te vor ajuta.

Mini-interviul

Să fie mini-interviul momentul culminant al redactării CV-ului?

„Unde te vezi peste 5 ani?" Ştiu că ai zâmbit amar, pentru că majoritatea urâm această întrebare care la prima vedere pare inutilă şi lipsită de sens. Totuşi, de fiecare dată ne eschivăm şi nu ştim ce să răspundem. Această întrebare arată de fapt dacă tu ai sau nu obiective care ţin de carieră. Dacă deţii controlul şi ştii cât de cât care o să fie drumul tău spre succesul profesional. Răspunsul „peste 5 ani voi fi la plajă" va stârni râsul recrutorului, dar nimic mai mult. Pregătește un răspuns în care să crezi cu adevărat și vei vedea că vei fi apreciat pentru siguranţa de care vei da dovadă.

„Detaliaţi personalitatea dumneavoastră". La această etapă a mini-interviului poţi să scrii care sunt pasiunile, calităţile tale. Cu toate că de obicei este ultima întrebare, pentru mulţi recrutori este extrem de importantă pentru că astfel îşi fac o părere şi despre tine ca om. Când vei fi angajat, vei petrece la muncă la fel de mult timp cât petreci alături de cei dragi, astfel munca va fi un fel de a doua familie pentru tine şi este vital pentru angajator să ştie ce fel de persoană este posibilul viitor membru al „familiei".

La finalul editării printează o variantă a CV-ului şi citeşte-o de câteva ori. Vei fi surprins când vei vedea câte greşeli de ortografie vei găsi, greşeli pe care le-ai făcut fără intenţie, dar care îţi pot afecta imaginea.

Fii atent ca totul să fie organizat astfel încât textele să nu pară înghesuite sau greu de parcurs.

Acţionează cu încredere şi aplică doar pentru jobul pe care tu îl consideri potrivit. Internetul s-a dezvoltat și au apărut aplicaţii dezvoltate special pentru locurile de muncă. Un astfel de exemplu este dat de motorul de căutare folderjobs.ro. Funcţionează exact pe principiul Google, doar că este axat strict pe locuri de muncă. Un simplu click și ajungi la anunţul care te interesează. Nu rezolvi nimic dacă abordezi forma de comunicare de genul spam şi aplici la o mie de joburi care nu au legătură cu experienţa ta, în speranţa că cineva te va contacta. Este doar o pierdere de vreme, atât pentru tine, cât și pentru cel care citește CV-urile. Oricât de grea ar fi criza, dacă ai încredere şi vrei, în mod sigur vei găsi ceea ce ţi se potriveşte.

Fă un job din căutarea unui job!

Cum ne îmbrăcăm la interviu?

În orice vei face în viaţă trebuie să ştii că nu vei beneficia niciodată de o a doua şansă pentru o primă impresie.

Înainte de a merge la interviu, pune-te pentru câteva minute în locul angajatorului. Aşadar, stai în birou şi aştepţi pe cineva la interviu. Când îşi face apariţia, nu-ţi vine să crezi ceea ce vezi: un bărbat cu o şapcă verde, într-o pereche de blugi largi şi cu diferite accesorii sau o femeie îmbrăcată sumar şi machiată mult prea accentuat pentru evenimentul respectiv. Care este prima ta părere despre o astfel de persoană?

În general, un anunţ de angajare ascunde multe detalii referitor la felul cum să te îmbraci. Dacă în descrierea locului de muncă apare cuvântul „respectabil/prezentabil" este clar că nu poţi să te prezinţi oricum doreşti la interviu. Fiecare dintre noi avem un costum sau o cămaşă pe care să o purtăm la un interviu. Apoi, dacă eşti angajat şi nu eşti obligat să ai un anumit cod vestimentar, poţi să te îmbraci după gustul tău. Evită parfumurile puternice şi accesoriile prea exagerate. Un interviu este momentul în care ieşi în evidenţă prin calităţi, şi nu prin haine extravagante.

Să nu fim totuşi prea duri şi să luăm în considerare şi pentru ce post s-a prezentat respectivul la interviu. Dacă acesta urmează să aibă contact cu persoane din afara companiei, este recomandat să aibă o vestimentaţie decentă. Pe de altă parte, dacă va lucra doar în faţa computerului, se poate trece cu vederea acest gen de vestimentaţie.

Dacă ai dubii, îmbracă-te la costum, pentru că uneori este indicat să fii prea formal decât prea obişnuit.

Luptă eficient cu stresul din timpul interviului

Stresul este cel care poate să-ţi strice imaginea din timpul interviului. Mâinile îţi tremură şi gândurile parcă nu ţi le mai recunoşti. Gesturile sunt necontrolate şi cuvintele pe care le rosteşti nu le identifici cu persoana ta. Învinge-ţi emoţiile şi nu mai asocia stresul cu interviul.

Exersează şi iar exersează. Gândeşte-te la eventualele întrebări pe care ţi le poate pune angajatorul şi pregăteşte câteva răspunsuri. Citeşte cât mai multe informaţii despre compania respectivă şi dovedeşte că eşti interesat de domeniul de activitate al companiei. Aşază-te în faţa oglinzii şi priveşte-te când vorbeşti. Păstrează o poziţie decentă şi ascultă-te cu atenţie.

Dacă ai posibilitatea, înregistrează-te. Vei fi stupefiat când te vei asculta, dar vei avea posibilitatea să-ţi îmbunătăţeşti dicţia şi limbajul nonverbal înainte de întâlnirea cu recrutorul. Corpul tău „vorbeşte" pentru tine în timpul interviului. Zâmbeşte, nu pune întrebări nepotrivite şi încearcă să te împrieteneşti într-un mod natural cu cealaltă persoană. În niciun caz să nu pui întrebări referitor la remuneraţie, pentru că nu vei face o impresie bună.

Fă tot posibilul să ajungi cu cel puţin 10 minute înainte de a începe interviul. O simplă întârziere se transformă de cele mai multe ori în sursă de stres şi, în plus, să recunoaştem faptul că o persoană punctuală este apreciată din primul moment.

Dacă eşti stresat, mai mult ai de pierdut decât de câştigat. Încerci să spui ce trebuie, dar te pierzi şi, automat, interviul este un eşec. Gândeşte pozitiv şi fă tot posibilul să fii tu! Angajatorii apreciază sinceritatea şi în mod sigur nu vor avea pretenţii exagerate de la tine.

Top 10 întrebări de la interviu

Ai trecut peste pasul selectării şi ai ajuns la interviu. Ştii la ce întrebări să te aştepţi? Următoarele întrebări sunt cel mai des întâlnite.

1. Ce experienţă ai în domeniu?
2. De ce ai plecat de la ultimul loc de muncă?
3. Ce ştii despre noi?
4. Povesteşte-ne despre tine.
5. Care sunt calităţile/defectele tale?

6. Povesteşte despre un succes/eşec profesional.
7. Unde te vezi peste 5 ani?
8. Cum te înţelegeai cu fostul şef?
9. Cum reuşeşti să te organizezi?
10. De ce te-am alege pe tine?

După editarea CV-ului, verifică următoarele:

a) Dacă ai eliminat greşelile de ortografie.
b) Dacă dimensiunea CV-ului este suficient de concludentă pentru a evidenţia experienţa şi dacă nu depăşeşte limita.
c) Dacă ai menţinut ordinea cronologică a elementelor conform regulilor de redactare a CV-ului.
d) Scrisoarea de intenţie este clară şi la subiect.
e) Denumirea CV-ului este relevantă pentru angajator.

Angajatorii şi reţelele sociale

Se întâmplă ca uneori angajatorii să te caute pe internet pentru a afla mai multe detalii despre viaţa ta din lumea on-line, dar şi despre cea din lumea off-line. Dacă ai activitate pe Facebook, dacă ai comentat la anumite articole sau ai relaţii care se pot dovedi nefavorabile pentru viitorul tău în acea companie sunt elemente de interes pentru recrutorul care te-a invitat la interviu.

După o simplă privire asupra profilelor tale on-line îşi poate da seama cât timp obişnuieşti să petreci pe internet și în ce scop.

Facebook-ul a ajuns deja a fi un CV mai puţin tradiţional. De aici se pot afla informaţii personale, dar şi informaţii legate de fostul loc de muncă. Nu toţi angajatorii obişnuiesc să practice acest „sport al căutării", dar este bine să fii precaut. Aşadar, ai grijă de următoarele:

1. Limbajul folosit la comentarii/postări trebuie să fie unul decent. Evită comentariile răutăcioase despre foştii tăi şefi.
2. Fotografiile/filmuleţele publicate să nu arate particularităţi mult prea intime ale personalităţii tale. O fotografie, la fel ca şi în cazul CV-ului, poate să spună mai mult decât toate cuvintele pe care le-ai spune unui recrutor.
3. Controlează postările prietenilor referitoare la persoana ta. Un angajator nu-şi va face o părere favorabilă dacă te va vedea alături de alţi prieteni în ipostaze indecente.

4. Elimină orice discrepanţă dintre CV și profilul tău online. Astfel nu se va produce niciun fel de confuzie.

5. Deschide discuţii referitoare la locurile de muncă de interes pentru tine. Angajatorul își va da seama că ești interesat de respectivul post și în acest mod poţi afla și de alte joburi disponibile.

6. Ai grijă la ce pagini ai dat „like". Nici ţie nu-ţi place ceea ce poate altuia îi place. Angajatorii caută semne care i-ar determina să se gândească de două ori înainte de a te angaja.

O idee aparte când ești în căutarea unui loc de munca este CV-ul video. Te înregistrezi câteva minute, te prezinţi și apoi îl postezi pe youtube. Are un impact destul de puternic și înainte de a merge la un interviu real angajatorul își face o scurtă părere despre tine. Ai grijă să fie o părere bună!

Un angajator te poate aborda şi prin intermediul Facebook-ului dacă el consideră că ai un profil interesant pentru compania sa, mai ales că, mai nou, firmele caută oameni pe care să-i angajeze şi să se ocupe de conturile lor de socializare pe internet.

Dacă vrei să fii privat de discuţii referitoare la contul de Facebook, te sfătuiesc să ai grijă de confidenţialitatea ta şi să nu ai un profil public. Toate aceste sfaturi sunt valabile și pentru cei care au deja un loc de muncă.

Orice activitate pe care o ai pe internet lasă în urma ta o amprentă care te poate urmări profesional. Nu-ţi face probleme prea mari, pentru că un recrutor profesionist știe să facă diferenţa între niște glume nevinovate și potenţialul pe care îl ai din punct de vedere profesional.

Scris de Livia Dulceata

2.3. Job tips

FOLOSEȘTE-ȚI CALITĂȚILE!

Dacă lucrezi foarte mult într-un singur loc de muncă sau nu lucrezi pentru o anumită perioadă, începi să crezi că nu mai există lucruri la care te pricepi, în afară de cele pe care le faci deja.

Sunt însă atât de multe lucruri pe care le faci bine instinctiv în fiecare zi, încât nu le mai recunoşti ca fiind speciale. Ştiind însă că eşti foarte bun, devii mai încrezător şi ai curajul să încerci lucruri noi. Dar cum le poţi descoperi şi, mai ales, cum le poţi descrie altei persoane?

6 LUCRURI ESENŢIALE!

În afară de calificări şi de experienţă mai există şi alte elemente pe care angajatorii le apreciază foarte mult:

1. COMUNICAREA EFICIENTĂ
2. LUCRUL ÎN ECHIPĂ
3. REZOLVAREA EFICIENTĂ A PROBLEMELOR
4. INIŢIATIVA
5. BUNA ORGANIZARE
6. ADAPTABILITATEA

Aceste calităţi esenţiale sunt de multe ori învăţate şi perfecţionate.

REEVALUAREA ESTE IMPORTANTĂ!

Verifică-ţi calităţile gândindu-te la lucrurile pe care le faci zilnic:

1. COMUNICI EFICIENT DACĂ:
☐ vorbeşti clar şi la obiect;
☐ nu ai greutăţi în a comunica cu străinii;
☐ asculţi cu atenţie;
☐ îi convingi cu uşurinţă pe ceilalţi să adopte punctul tău de vedere;
☐ explici lucrurile astfel încât eşti înţeles cu uşurinţă.

2. LUCREZI BINE ÎN ECHIPĂ DACĂ:
☐ te înţelegi bine cu diferite tipuri de oameni;

☐ schimbi informaţii;
☐ eşti deschis la ideile celorlalţi;
☐ eşti loial;
☐ eşti flexibil şi faci compromisuri;
☐ îţi respecţi promisiunile;
☐ eşti corect când împarţi sarcinile;

3. REZOLVI EFICIENT PROBLEMELE DACĂ:
☐ vezi care sunt problemele înainte ca ele să devină prea mari;
☐ studiezi dificultăţile din mai multe puncte de vedere;
☐ încerci să rezolvi singur problemele, nu le laşi pe seama altora;
☐ înveţi din propriile greşeli.

4. EŞTI UN BUN ORGANIZATOR DACĂ:
☐ eşti capabil să îţi planuieşti activitatea astfel încât lucrurile importante să fie rezolvate primele;
☐ respecţi termenele stabilite;
☐ poţi face mai multe lucruri în acelaşi timp;
☐ poţi să vizualizezi cum vor arăta lucrurile în final;
☐ poţi coordona oameni şi resurse.

5. TE ADAPTEZI UŞOR DACĂ:
☐ eşti deschis la noi idei;
☐ nu ţi-e teamă să încerci noi metode de rezolvare a lucrurilor;
☐ înveţi repede;
☐ faci faţă schimbărilor fără probleme.

Acum, tot ce trebuie să faci este să te gândeşti la exemple concrete. Au existat situaţii în care ai avut nevoie de aceste calităţi? Cum te-ai descurcat?

CUM SĂ GĂSEŞTI ECHILIBRUL ÎNTRE FAMILIE ŞI CARIERĂ?

A cui carieră este pe primul plan – a ta sau a partenerului...
Cât de mult trebuie să îţi sacrifici cariera pentru familie şi cine face de obicei cel mai mare sacrificiu…
Cum este să fii singurul părinte…
Ce să alegi între familie şi serviciu…

Pare imposibil la început, dar există lucruri pe care le poţi face pentru a găsi echilibrul între familie şi carieră. Iată câteva sugestii, bazate pe experienţele altor persoane care s-au confruntat cu acest lucru înaintea ta: descoperă care sunt valorile tale şi stabileşte-ţi priorităţile. Încearcă să vezi care este importanţa lucrurilor din viaţa ta – munca, familia, prietenii, alte lucruri pe care le preţuieşti.

Iata un exerciţiu care poate să te ajute:

Scrie cât mai multe valori îti vin în minte, alege-le pe cele mai importante 10 din ele, în ordine descrescătoare. Apoi, cu partenerul sau prietenul tău, începe să compari 10 cu 9, 9 cu 8, până la 2 cu 1. Chiar dacă poate părea aranjat dinainte, spune-i la fiecare comparaţie: „pentru a mă dedica acestui lucru (_____), voi renunţa la acesta (_____).

Fii atent la ce simţi că poţi să renunţi. Dacă ai dubii, încearcă să vezi cum ar fi să renunţi la cealaltă valoare.

Poţi să comentezi cu celălalt alegerile, dar atuul acestui exerciţiu este că te ajută să îţi faci alegerile într-un mod raţional şi cerebral. Partenerul tău ar trebui să fie atent la încercările tale, dar să nu comenteze sau să se opună alegerilor tale. Dacă ai reuşi să îl faci şi pe celălalt să facă şi el exerciţiul, cu atât mai bine.

În mod normal, ordinea valorilor se schimbă. Puteţi face acest exerciţiu în mod periodic, pentru că priorităţile se schimbă permanent.

Stabileşte şi aderă la limitele firmei, în conformitate cu priorităţile pe care ţi le-ai fixat. Acest lucru ar părea că îţi limitează munca, de vreme ce este unul din cele mai nelimitate angajamente. Dar asta poate să însemne şi trasarea de limite în jurul timpului petrecut muncind pentru alţii, lucru care îţi exclude propriile nevoi. Cei care se gândesc îndeajuns de mult la ei pentru a-şi trasa nişte limite reuşesc să aibă cariere de succes, reducând la minimum izbucnirile, stresul şi vina.

Iată câteva moduri în care îţi poţi trasa limitele:

1. Stabileşte un număr de ore pe care eşti dispus să le petreci la serviciu şi nu le depăşi decât în situaţii speciale şi care necesită într-adevăr ore suplimentare.

2. Dedică-te şi altor activităţi în timpul tău liber: înscrie-te într-un club, o organizaţie sau aranjează-ţi întâlniri fixe cu prietenii. Aşa o să îţi fie greu să le laşi la o parte.

3. Acordă-ţi timp să fii cu familia, fă ce ai adus de muncă acasă în timp ce ei au alte activităţi, pentru ca timpul liber să îl petreceţi împreună.

4. Învaţă să spui NU muncii suplimentare şi altor lucruri mai puţin importante din viaţa ta.

5. Încearcă să îţi rezolvi problemele cu partenerul. Comunicarea deschisă şi sinceră este esenţială, pentru că este o ocazie să depăşiţi divergenţele şi să vă concentraţi pe ceea ce vă leagă. Trebuie ca ambii partaneri să facă compromisuri ca să existe înţelegere.

6. Încearcă să negociezi cu partenerul a cui carieră primează la un anumit moment. În familie trebuie să alterneze rolurile soţului şi soţiei. Un sacrificiu făcut pentru celălalt poate ajuta în viitor pe amândoi.

7. Schimbă perspectiva. Priveşte înapoi. Ai luat decizii schimbătoare, te-ai bazat pe atitudini de moment… Învaţă din greşeli şi vezi unde te afli la momentul actual. Gândeşte-te că în următoarea clipă nu ai mai fi... Ce ai mai fi făcut şi ce regreţi că s-a întâmplat sau nu? Probabil că multe… Ia iniţiativa şi fă schimbările necesare în viaţa ta.

Nu există soluţii perfecte într-o lume plină de compromisuri şi angajamente… Dar dacă deciziile pe care le iei sunt făcute dintr-o pornire sinceră de a găsi soluţii potrivite valorilor tale, rezultatul îţi va aduce cel puţin mulţumire. Dacă lucrurile ies rău, măcar ai încercat şi acum ai ocazia să schimbi ce nu a mers.

CE SĂ ÎNTREBI LA UN TÂRG DE JOBURI

Ai aşteptat la coadă, te-ai apropiat de un recrutor, ţi-ai prezentat CV-ul şi te-ai prezentat într-un mod convingător şi comunicativ ca şi un angajat perfect pentru compania X. Apoi recrutorul îţi pune o întrebare spinoasă: „Ai vreo întrebare pentru mine?” Transpiri. Te bâlbâi. Te panichezi.

Ai ratat. Companiile vor angajaţi care sunt activi şi selectivi. Şi a adresa intervievatorilor întrebări inteligente reprezintă un mod excelent de a-i face să îşi amintească de tine. Iată o scurtă listă cu potenţiale întrebări pentru a fi adresate recrutorilor la un târg de joburi. În mod natural, nu vei pune toate întrebările de mai jos – nu ai decât câteva minute la dispoziţie. Dar această listă vă va indica direcţia cea bună şi vă va ajuta să evitaţi bâlbâielile şi transpiraţia.

ÎNTREBĂRI FOCUSATE PE CEEA CE UN ANGAJATOR VĂ POATE OFERI:

- ☐ Ce vă atrage în munca în companie?
- ☐ Câţi angajaţi aveţi?
- ☐ Ce beneficii oferă compania?
- ☐ Ce oportunităţi de avansare oferă compania?

☐ La ce nivel speraţi să ajungă compania în următorii ani?
☐ Ce altceva mai pot şti despre companie?
☐ Cum vă pot contacta dacă mai am întrebări mai târziu?

ÎNTREBĂRI FOCUSATE PE CEEA CE TU POŢI OFERI COMPANIEI:
☐ Ce fel de persoană căutaţi pentru acea poziţie?
☐ Ce tip de background educaţional preferaţi?
☐ Ce experienţă anterioară de muncă este necesară?
☐ Ce alte abilităţi, ca de exemplu limbi străine sau cunoştinţe PC, sunt căutate?

CÂND VORBEŞTI, NU UITA SĂ:
☐ Fii prietenos şi deschis
☐ Rămâi pozitiv şi la subiect
☐ Vorbeşte clar şi încrezător

Respectă întrebările de mai sus şi probabil vei auzi în curând întrebarea pe care o aştepţi: „Când puteţi începe?”

Sursa: e-Jobs

CELE 11 REGULI PENTRU O NEGOCIERE DEŞTEAPTĂ

Atunci când există o economie puternică, cei care sunt în căutarea unui job nu numai că negociază cu angajatorii, dar cred că nu ar fi inteligent să nu o facă. Atunci când economia este şubredă, mulţi candidaţi cred, în mod eronat, că trebuie să accepte ceea ce le este oferit, sau riscă să piardă oferta. Totuşi, independent de climatul economic, ceea ce contează este CUM negociezi.

Chiar dacă s-ar putea să nu obţii tot ce vrei, nu vei pierde o ofertă din cauza cerinţelor tale. Totuşi ofertele sunt foarte des retrase din cauza modului în care sunt cerute unele avantaje. Chiar dacă piaţa muncii este sau nu bună, există întotdeauna oportunităţi de a negocia un pachet salarial mai bun doar dacă ştii cum să faci acest lucru.

Există 11 reguli generale care te vor ajuta să negociezi cea mai bună variantă în orice fel de climat economic, atunci când îţi schimbi jobul:

1. FII PREGĂTIT!

Trebuie să ai cât mai multe informaţii despre piaţa de muncă şi despre viitorul angajator. Această regulă este cea mai importantă. Există foarte multe informaţii pe Internet, la bibliotecă sau în cadrul asociaţiilor profesionale - apelează la ele! Timpul pe care îl petreci învăţând cum să negociezi şi pregătindu-te pentru negociere poate reprezenta cea mai bună investiţie pe care o vei face.

2. REALIZEAZĂ CĂ MODUL DE NEGOCIERE ESTE IMPORTANT!

Atunci când negocierile se finalizează, va trebui să lucrezi cu persoana cu care ai negociat. Mai mult, succesul tău viitor poate depinde de acea persoană. Aşa că, în timp ce negociezi cea mai bună variantă, ai grijă ca acest lucru să nu-ţi afecteze imaginea.

3. ÎNŢELEGE NEVOILE TALE ŞI ALE ANGAJATORULUI!

Pentru a avea succes în acest tip de negociere, trebuie să-ţi examinezi priorităţile. Ce îţi doreşti de fapt? Înţelegerea nevoilor tale te va ajuta să-ţi alegi tipul de companie în care vrei să lucrezi.

4. ÎNŢELEGE PARTICULARITĂŢILE FIECĂREI NEGOCIERI!

Câteodată calităţile tale pot fi la mare căutare. Altă dată, poţi fi doar unul din mulţii candidaţi selectaţi de compania respectivă pentru interviu. Trebuie să înţelegi exact importanţa situaţiei şi ceea ce se doreşte de la tine. Astfel vei şti când este momentul să ceri anumite avantaje, pentru că acesta este un lucru extrem de important.

5. NU MINŢI NICIODATĂ, DAR FOLOSEŞTE ADEVĂRUL CA UN AVANTAJ!

Nu numai că nu este bine să minţi, dar este şi ineficient în negocieri. Dacă minţi într-o negociere, mai devreme sau mai târziu s-ar putea să fii prins. Şi dacă se întâmplă aşa, chiar dacă nu pierzi oferta, va fi în dezavantajul tău, iar credibilitatea ta va avea mereu de suferit. Pe de altă parte, nici candoarea totală nu va fi răsplătită. Nu este neapărat nevoie să spui tot ce ştii să faci - trebuie doar să hotărăşti ce vrei să spui şi să pui totul într-o lumină cât mai pozitivă.

6. FII CÂT MAI CORECT!

Corectitudinea este cea mai puternică armă. Trebuie să justifici fiecare cerere în raport cu acest element deosebit de important. De exemplu, dacă angajaţii companiei respective au parte de tichete de masă, este corect să primeşti şi tu. Înţelegerea importanţei pe care o joacă elementul corectitudine în arta negocierii poate face diferenţa între succes şi eşec.

7. FOLOSEŞTE INCERTITUDINEA ÎN AVANTAJUL TĂU!

Înainte de a face vreo ofertă, o companie testează de obicei care ar fi limita care te-ar face să accepţi jobul. Cu această informaţie, potenţialul angajator va şti care este pachetul minim pe care îl poate oferi. Dacă divulgi prea multe informaţii, este posibil să obţii mai puţin decât ai fi putut primi. Nu divulga salariul tău curent sau avantajele care te-ar face să renunţi la jobul actual. Dacă nu ştie aceste lucruri, angajatorul va veni cu cea mai bună ofertă. Atunci când ai de-a face cu agenţii de recrutare, s-ar putea să trebuiască să divulgi salariul. Şi, în acest caz, trebuie să prezinţi situaţia în cel mai avantajos mod cu putinţă.

8. FII CREATIV!

Ia în considerare valoarea întregului pachet salarial. Dacă eşti creativ şi ştii ce să propui, poţi obţine ceea ce vrei într-un mod care să

fie acceptabil pentru companie. Trebuie să găseşti de asemenea modalităţi de a trata prin care să-ţi retragi unele cerinţe care ar putea fi problematice pentru companie, în schimbul altora pentru care compania dispune de mai multă flexibilitate.

9. CONCENTREAZĂ-TE PE SCOPURI, NU PE A CÂŞTIGA!

De multe ori, în negocieri, a câştiga devine mult mai important decât a-ţi îndeplini scopurile. Este important să nu-l faci pe viitorul tău şef să simtă că a pierdut. Nu ai câştigat mare lucru dacă îl îndepărtezi în timpul negocierilor.

10. REALIZEAZĂ CÂND TREBUIE SĂ RENUNŢI LA TOCMEALĂ!

Un mod sigur prin care poţi pierde tot este lăcomia. Există un moment în fiecare negociere când obţii tot ce ai fi putut obţine în situaţia respectivă. Dacă eşti perceput ca lacom şi nerezonabil, nu ai prea multe şanse de reuşită. Şi, chiar dacă vei fi angajat, acest lucru îţi va dăuna în viitor. Urmează poate cea mai importantă regulă!

11. NU UITA CĂ ANGAJAREA PRESUPUNE O RELAŢIE PERMANENTĂ!

Negocierile de salariu sunt doar începutul carierei tale într-o anumită companie. Dacă obţii prea puţin, vei fi dezavantajat cât timp vei lucra acolo. Dacă insişti prea mult, îţi vei strica această relaţie încă de la început.

Înţelegerea acestor principii te va ajuta să negociezi în mod eficient termenii noului tău job. După angajare, fă-ţi datoria în mod corect şi caută în permanenţă noi provocări. Dacă îţi vor fi atribuite noi responsabilităţi şi îţi vei dezvolta calităţile, vor exista noi situaţii în care vei putea negocia noi avantaje.

Sursa: e-Jobs

MINI-GHID DE INTERVIU PENTRU CANDIDAȚI

Sunteţi un tânăr absolvent plin de idei? Ocupaţi o poziţie ce nu vă mai oferă provocarea și satisfacţia de care aveţi nevoie și doriţi o schimbare? V-aţi pierdut locul de muncă? Căutaţi un job și trebuie să participaţi la un interviu? Dacă da, vă aflaţi în faţa Pasului Înainte.

Pasul Înainte, aflat în afara zonei de confort, stresează, dar în același timp dezvoltă, conduce spre fructul dorit, vă lasă să-l culegeţi și să vă bucuraţi de el. Merită să-l faceţi. Haideţi să vedem cum:

Intrebari la care gasiti raspuns in acest articol...
www.rauflorin.ro
Cum SELECTATI Compania / Pozitia?
Ce faceti INAINTE de interviu ?
Care sunt ETAPELE unui interviu ?
Ce se evalueza prin FORMULARUL de interviu ?
Ce faceti IN TIMPUL interviului ?
Ce faceti DUPA interviu ?
caracter:
Oana Constantinescu

ÎNAINTE DE TOATE, AUTOCUNOAȘTEŢI-VĂ!

Identificaţi-vă punctele tari: talentele, competenţele tehnice, abilităţile soft. Descoperiţi ce puteţi face cu plăcere, continuu, fără să obosiţi. Descoperiţi șoselele de mare viteză din mintea dvs. și ignoraţi drumurile de rang inferior.

Identificaţi ce anume vă motivează: banii, dorinţa de recunoaștere, dorinţa de a vă simţi util, de a însemna ceva pentru ceilalţi, dorinţa de împlinire profesională, pasiunea de a realiza ceva, plăcerea de a interacţiona etc.

Stabiliţi cu exactitate unde vreţi să ajungeţi ca să știţi pe unde o luaţi.

Scrieţi valorile în care credeţi și obiectivele dvs. pe termen lung pentru care sunteţi dispus să investiţi talent, efort și pasiune.

Cum selectati pozitia / compania?

www.rauflor

Este foarte important ca nevoile, credintele si aspiratiile Dvs. sa se supr puna peste nevoile si valorile companiei in care doriti sa intrati.

Iata cateva sugestii:

- nu acordati incredere neconditionata: verificati compatibilitatea convingerilor si aspiratiilor Dvs. cu valorile declarate si obiectivele companiei. Puneti cap la cap informatiile existente pe site-ul companiei cu imaginea reflectata in opiniile fostilor si actualilor angajati exprimate pe diverse retele sociale si siteuri. Nu neglijati reteaua dvs. de networking;
- asigurati-va ca ati inteles cerintele pozitiei si ca acestea corespund aspiratiilor Dvs.;
- suprapuneti imaginea pozitiei - cerinte, responsabilitati - peste imaginea dvs. - talente, competente tehnice, abilitati soft, experienta - si stabiliti compatibilitatea cu pozitia pe care doriti sa aplicati. Aflati daca puteti deveni „omul potrivit la locul potrivit";

caracter: Oana Constantinescu

Ce faceti INAINTE de interviu?

www.rauflorin.ro

Interviul nu este un favor pe care v-il face compania. Motivul pentru care va chema este ca Ea are nevoie de cineva care sa-i rezolve problemele. Are nevoie de talentul, competentele si abilitatile Dvs.

- acordati atentia cuvenita CVului si Aplicatiei. Ele compun cartea Dvs. de vizita si pot face diferenta intre a fi, sau a nu fi invitat la interviu;
- documentati-va temeinic despre companie: viziune, misiune, obiective strategice, structura, cultura organizationala, rezultate financiare. Daca ea vrea sa stie despre Dvs. este normal ca si Dvs. sa stiti despre ea. Sigur veti fi intrebat de ce ati aplicat aici.
- incercati sa identificati competentele organizationale cheie ale companiei - comunicare, capacitatea de a lua decizii, de a executa, de a inova, leadership, etc. Analizati in ce masura detineti aceste competente care vor fi punctate alaturi de competenta tehnica si experienta;
- pregatiti cu responsabilitate interviul: analizati cerintele pozitiei si stabiliti talentele, competentele tehnice, abilitatile si experientele Dvs. anterioare care va pot transforma intr-un candidat de succes. Stabiliti situatii concrete in care actiunile Dvs. au generat valoare in alte companii;
- daca sunteti tanar absolvent, aveti multe atuuri de partea Dvs.: cunostintele teoretice, talentul, creativitatea, gandirea out of the box, mobilitatea, dorinta de dezvoltare, abilitatea de a comunica, disponibilitatea la efort, increderea, cunostintele IT, deschiderea fata de nou, dorinta de schimbare, capacitatea de adaptare...Dovediti ca sunteti destul de rapid sa stapaniti un task si suficient de nelinistit sa incercati continuu si altceva.

Care sunt etapele unui interviu?

www.rauflorin.ro

Deschidere si prezentare intervievatori — 5 min

Intervievatorii se prezinta ca nume si pozitie in organizatie;

Se ofera candidatului informatii privind structura interviului si obiectivele urmarite.

Auto–prezentare candidat — 10 min

Candidatul isi prezinta activitatea subliniind aspectele care in opinia lui il recomanda pentru pozitia respectiva (competente tehnice, abilitati soft, experienta)

Intervievatorii asculta activ. Pun intrebari de clarificare daca este cazul.

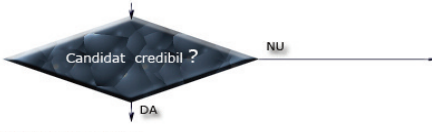
Intrebari pe baza CV–ului — 10 min

Intervievatorii formuleaza intrebari pe baza CV-ului candidatului pentru a obtine o imagine de ansamblu asupra competentelor, abilitatilor soft, experientei, motivatiei, mobilitatii, punctelor tari / slabe, obiectivelor de cariera.
Se vor acoperi toate aspectele continute de Formularul de Interviu si Cerintele pozitiei.

Prezentarea companiei si a pozitiei vacante — 10 min

Intervievatorii prezinta candidatului detalii privind organizatia, pozitia vacanta (locul in cadrul organizatiei, atributii, subordonare, responsabilitati, interfete), perspectivele de dezvoltare personala si cariera.

Candidatul are posibilitatea sa puna intrebari suplimentare pentru a se lamuri pe deplin.



Evaluare aprofundata competente, abilitati — 15 min

Candidatul trebuie sa ofere solutii pentru situatiile specifice prezentate de intervievatori. Situatiile trebuie sa fie posibile, relevante, clare, concise, sa presupuna reactii, decizii si actiuni din partea candidatului.

Asteptari — 5 min

Se discuta asteptarile salariale ale candidatului / data posibila de start pe noua pozitie in cazul selectarii / reconfirmarea interesului pentru pozitia respectiva.

Intrebari candidat. Incheiere interviu — 5 min

Candidatul va fi intrebat daca are intrebari si intervievatorii vor raspunde intrebarilor acestuia.

Se multumeste candidatului pentru timpul acordat si se precizeaza data si modalitatea in care se va oferi feedbackul cu privire la rezultat: scrisoare / telefon si scrisoare, e-mail, etc.

Completare formular de interviu. Concluzii — 15 min

Intervievatorii tehnici si HR vor completa Formularul de interviu si se vor pune de acord cu privire la punctajul acordat pe fiecare criteriu din formular, stabilind punctajul general al candidatului.

Ce se evalueaza prin FORMULARUL de interviu?

www.rauflorin.ro

Formularul de interviu permite abordarea unitara a procesului si calcularea punctajului realizat de fiecare candidat in urma evaluarii.

Ce anume se evalueza?

- ☐ competentele tehnice ;
- ☐ competentele de comportament organizational (abilitatile soft);
- ☐ experienta;
- ☐ motivarea;
- ☐ punctele forte
- ☐ punctele slabe
- ☐ mobilitatea ;
- ☐ nivelul de cunoastere al limbilor straine;
- ☐ obiectivele de cariera;
- ☐ asteptarile salariale;

caracter: Oana Constantinescu

Ce faceti IN TIMPUL interviului?

www.rauflorin.ro

Modul recurent de gandire indica Talentul. Tradus: Raspunsul si Actiunea ca Prim Impuls, spun totul despre Dvs., oferind indicii clare despre modul natural in care sunteti construit. Asa va "citesc" intervievatorii.

- ☐ fiti Dvs. insiva. Fiti sincer. Nu cautati sa pareti altcineva. Altfel va veti pacali si veti pierde increderea oamenilor din fata dvs si, implicit, o sansa;
- ☐ fiti clar, concis, specific. Folositi persoana I-a singular;
- ☐ puneti accent pe punctele Dvs. forte care pot aduce valoare companiei;
- ☐ afirmati doar lucruri in care credeti. Exprimati doar disponibilitati pe care le aveti. Asumati-va doar angajamente pe care le puteti indeplini;
- ☐ analizati oportunitatile de dezvoltare pe care vi le ofera compania. De multe ori, se dovedesc mai importante decat salariul.

Ce faceti DUPA interviu?

www.rauflorin.ro

Trimiteti o scrisoare de multumire.

Trimiteti o scrisoare echipei de intervievatori. Multumiti pentru oportunitatea oferita.

Formulati-o clar si concis. Reconfirmati interesul pentru pozitia respectiva si, daca este cazul, faceti cunoscute punctele forte omise in timpul interviului. Drept cale de comunicare, utilizati adresa de e-mail a specialistului Resurse Umane responsabil de recrutarea pozitiei pe care ati aplicat. In mod cert scrisoarea va influenta alegerea, oferindu-va un avantaj in fata celorlalti candidati la fel de buni ca dvs, dar care nu s-au gandit sa utilizeze acest instrument simplu de feedback.

Scris de Florin Rău

Vreau un salariu de peste 700 de euro

M-ar interesa cum să-mi găsesc un job plăcut, cu program normal și cu salariu de peste 700 de euro pe lună!

Cam aşa suna propunerea unei prietene care activează în domeniul resurselor umane. Şi imediat a venit cu o a doua întrebare... plină de scepticism:

Crezi că există vreun răspuns?

Recunosc că am avut o clipă de ezitare în care mi-am spus: prea multe vrei! Probabil mulţi dintre voi gândiţi sau simţiţi la fel. Acest subiect m-a frământat cam două săptămâni! Răspunsul l-am obţinut în final, acesta este DA. Probabil vă gândiţi ca e simplu să spui că se poate, dar întrebarea logică şi de bun simţ este: cum este posibil aşa ceva sau în ce condiţii?

Acest articol se vrea a fi un îndrumar practic pentru tine pentru a întruni condiţiile de mai sus. Acest lucru va fi un ghid în care te poţi regăsi, însă totul poate da greş dacă tu vei pretinde că nu ai niciun rost în această problemă şi vei arunca totul în spinarea angajatorilor! Ca de obicei, o să expun această soluţie în paşi cadru pe care îi poţi urma!

1. Vreau un job plăcut!

Sună foarte bine această expresie, şi îţi dă o stare de bine şi te gândeşti: ce frumos ar fi! Primul lucru pe care trebuie să-l faci este să lămureşti ce înseamnă pentru tine job plăcut! Aici indicatorii diferă de la persoană la persoană: Pentru unii dintre noi, plăcut înseamnă salariu mare, pentru alţii plăcut înseamnă să nu ai nicio responsabilitate, alţii, din contră, vor să aibă responsabilitate, pentru alţii înseamnă să aibă o funcţie executivă, pentru alţii - o funcţie de conducere! Lista poate continua la nesfârşit! Aici formula magică a jobului plăcut poate fi dată doar de tine şi de nimeni altcineva! Astfel că înainte de a începe marea căutare a unui asemenea job ia o foaie de hârtie şi descrieţi jobul! Această descriere trebuie să conţină cât mai multe informaţii. Scrie-le pe hârtie aşa cum îţi vin în minte!

Să luăm o exemplificare paralelă foarte umană. Vrei să mănânci ceva foarte bun. E simplu! Dar va fi foarte greu să-ţi găteşti ceva bun dacă tu nu defineşti ce ţi-ar plăcea să mănânci: poate fi un grătar, poate fi un peşte, pot fi fructe de mare, poate fi o ciocolată sau poate fi o salată! Să presupunem că te duci într-un restaurant şi acolo ţi se pune un meniu în braţe din care tu să alegi! Prin urmare, gradul de satisfacţie poate să crească dacă vei alege din acel meniu ceea ce-ţi place! Va fi foarte greu

să pui vecinul de masă să aleagă sau chelnerul! Este drept, pot face şi acest lucru, însă ei îţi vor spune ce este plăcut pentru ei sau vor presupune ce ţi-ar plăcea ţie!

Argumentarea poate continua şi mai pot fi găsite o grămadă de exemple. De asemenea, pot fi găsite şi contraexemple în care oamenii s-au ales cu un superjob (cum îl definesc ei) sau au mâncat o supermâncare, fără ca ei să facă mare lucru în acest sens. Este drept că sunt şi asemenea cazuri, însă acestea sunt excepţii. Probabilitatea să nimereşti un job plăcut fără ca tu să ştii ce vrei este foarte mică. Gândiţi-vă că sunt mii de tipuri de joburi. Probabil ţie doar două sau trei dintre acestea ţi s-ar potrivi! Prin urmare, te îndemn să nu te laşi la voia întâmplării atunci când îţi cauţi de lucru! Pentru că aceasta este loterie curată! Poţi risca, poţi paria, însă hazardul nu are cum să-şi îndeplinească dorinţa ta: un job plăcut fără ca tu să ştii ce este acest job plăcut va fi aproape imposibil de obţinut! Spor în a identifica care este acel job plăcut... pentru că acest este primul pas!

2. Vreau un program normal!

Acest program normal este, din nou, un punct sensibil! Însă, de ce să nu fim sinceri: unii nu ar vrea program normal, înseamnă 8 ore, ci ar vrea mai degrabă 4. Sunt şi persoane care vor mai mult, au suficientă energie şi pot lucra până la 10-12 ore pe zi. Eu, de exemplu, nu vreau un program normal! Pot ajunge şi la 16 ore pe zi de muncă! Acest lucru îmi place! Nu pot sta, pur şi simplu! Îmi place să lucrez, îmi place să aduc un plus valoare muncii mele ori de câte ori am ocazia! Să nu credeţi că vreau să vă conving să munciţi mai mult sau mai puţin! Trebuie însă să fim sinceri şi să recunoaştem că acest PROGRAM NORMAL este un indicator de măsurare individual, nefiind valabil în mod universal. Mai departe de acest indicator, corolarul acestui articol este: fiecare are propriile „butoane" care, odată apăsate, fac din jobul lui un job pe care şi-l doresc. Aceste butoane exprimă nu doar ce te-ar interesa pe tine sau ce ţi-ar plăcea, ci exprimă o prioritizare. Adică ele îţi spun ţie ce ar fi FOARTE important ca jobul tău să aibă. În mod practic, trebuie să iei descrierea de mai sus şi să încerci să o ordonezi, să faci o ierarhie cadru în ceea ce-ţi doreşti tu de la job. Astfel, primele 3-5 caracteristici (cele din top) vor fi butoanele, adică acele lucruri pe care tu vrei să le aibă jobul tău în mod OBLIGATORIU.

Mai jos aveţi o listă a lucrurilor care motivează angajaţii şi fac din jobul lor un job plăcut. Studiul efectuat de Gallup International relevă principalele lucruri importante pentru o persoană la locul de muncă. Acestea sunt:

1. Ştiu ce se aşteaptă de la mine la locul de muncă
2. Am echipamentul şi materialele necesare pentru a-mi face corect munca

3. La locul de muncă am posibilitatea să fac ce ştiu cel mai bine zi de zi

4. Am fost lăudat pentru munca mea bine făcută

5. Şefului meu sau altei persoane de la locul de muncă pare să-i pese de mine ca persoană

6. Există cineva la locul meu de muncă care mă încurajează să mă dezvolt

7. La locul meu de muncă opiniile mele contează

8. Misiunea sau ţelul companiei mele mă face să simt că munca mea este importantă

Vă recomand această lucrare: „Manager contra Curentului", Marcus Buckingham, Curt Coffman. Veţi găsi în ea explicaţi toţi aceşti factori!

Concluzia este simplă: află că-şi place, află ce te motivează! Pentru aceasta trebuie să ai o discuţie sinceră cu tine!

Să trecem şi la partea sensibilă: **Cum obţin un salariu de 700 de euro?**

Mai jos aveţi o listă punctuală de motive pentru care ţi s-ar acorda un salariu de peste 700 de euro. Vedeţi, aşadar, că acest salariu de 700 de euro nu pică din senin, ci sunt anumite motive pentru care acesta se acordă sau s-ar acorda:

1. Politica salarială a firmei permite

2. Prezenţa ta în companie reprezintă un plus valoare pentru companie

3. Ai rezultate concrete, vizibile şi măsurabile în companie

La această listă mai pot fi adăugaţi o mulţime de alţi factori! M-am rezumat doar la doi factori, anume: firma trebuie să vrea şi să poată, iar tu să meriţi aceşti bani! Fă o listă cu motivele pentru care tu meriţi 700 de euro. Nu este de ajuns să vrei un salariu mare, ci trebuie să identifici motivele pentru care tu meriţi. Dacă tu nu găseşti aceste motive, este practic imposibil să o facă altcineva!

Vedeţi, aşadar, că lucrurile nu sunt deloc complicate! Soluţia există, poate fi identificată uşor, însă aceasta este la tine! Mult spor în aplicarea celor trei lucruri!

Scris de Marian Rujoiu

2.4. Interviul

Ai 48 de ore să ajungi la Polul Nord!

Treceam, cu ani în urmă, printr-un lung şi complex (mi se părea mie, atunci) proces de selecţie, în demersul de a obţine un job pe care mi-l doream foarte tare.

La un moment dat, într-o fază finală ce dura deja de peste o oră, intervievatorul (viitorul meu şef) mi-a propus brusc, fără nici o legatură cu conversaţia anterioară, următorul scenariu: „Te invit la mine în birou. Îţi pun în braţe drapelul cu sigla firmei şi o carte de credit AMEX Gold, fără limită de sumă, şi-ţi cer să înfigi steagul ăsta la Polul Nord, pe calota de gheaţă, în 48 de ore. Spune-mi cum reacţionezi".

N-o să credeţi, nu despre răspunsul meu vreau să vă vorbesc (vezi a doua paranteză, mai sus), ci despre rolul unei astfel de întrebări în cadrul unui interviu. Şi are un rol cel puţin dublu, după părerea mea.

În primul rând să te surprindă, să chiar şocheze puţin, să te scoată din poezia învăţată cu care ai venit de-acasă. Un recrutor cu experienţă va depăşi nivelul „povestirii" CV-ului şi al întrebărilor standard („unde te vezi peste 5 ani?" sau „Ce te recomandă pentru postul X sau Y"). Va dori să evalueze, dincolo de aptitudinile tehnice şi experienţa candidatului, şansele ca acesta să performeze cu succes în postul vizat.

În egală măsură, un candidat bine pregătit va anticipa scenariul interviului şi va pregăti temeinic răspunsuri convingătoare la întrebările la care se aşteaptă. Iar intervievatorul ştie asta şi va încerca să exfolieze ambalajul construit cu migală şi să afle ce e, de fapt, înăuntru.

Modul în care răspunzi e, pe de altă parte, relevant în raport cu cerinţele jobului pe care ţi-l doreşti şi cu cultura organizaţiei în care te vei integra. Nu există răspunsuri greşite, dar există răspunsuri mai mult sau mai puţin compatibile cu profilul căutat de angajator / recrutor. Astfel, un profil dinamic şi independent (job de vânzări, spre exemplu) va fi demonstrat de un răspuns voluntar, angajant, de genul „Iau steagul şi cardul şi plec la aeroport". Un profil managerial va fi mai degrabă confirmat printr-un răspuns de tipul „Planific drum, haine, echipamente, evaluez durate şi riscuri şi apoi trec la acţiune", în timp ce un profil conservator, precaut (finance, business analyst, etc), va analiza cu scepticism oportunitatea şi bugetul unei astfel de întreprinderi. Şi nu va uita să ceară PIN-ul de la card ☺

În aceeaşi notă, o companie cu o pronunţată cultură antreprenorială, ce cultivă agresiv iniţiativa angajaţilor, va accepta mai greu o persoană care-şi începe răspunsul cu obiecţii şi prea multe întrebări ajutătoare, în timp ce o firmă mare, organizată, cu reglementări interne bine procedurate, va prefera probabil un acut spirit analitic.

Am folosit frecvent, mai târziu, în proiectele mele de recrutare, acest scenariu sau altele similare, tocmai în acest dublu scop. Am primit o varietate năucitoare de răspunsuri, de la blocaj complet sau negare apriori („E imposibil!" sau „Am crezut că e un interviu serios!") până la angajament total (scos laptop, căutat info linii aeriene, redactat Excel cu etapele călătoriei, acolo, în faţa mea!). Răspunsuri care mi-au spus multe despre persoana din faţa mea şi, mai ales, despre compatibilitatea sa cu jobul şi organizaţia vizate.

Şi pentru că tot am început să „dau din casă" J voi continua cu câteva recomandări ce sper să te ajute să treci cu succes un astfel de test:

1. Fii relaxat. Ştiu, nu-i uşor, mai ales pentru cei emotivi, dar e singurul mod în care o astfel de întrebare nu te va surprinde.

2. Pregăteşte-te bine înainte (pe asta o ştiai, desigur, dar e foarte importantă). Află detalii nu doar despre job, dar şi despre companie şi cultura ei organizaţională. Dacă se poate chiar despre persoana intervievatorului!

3. Exersează-ţi şi rafinează-ţi mesajul şi imaginea pe care vrei să le transmiţi, până când realmente crezi în primul şi te identifici cu a doua. Desigur, e mult mai uşor să faci asta când îţi sunt proprii ☺

4. Atunci când ţi se propune un astfel de scenariu, transpune-te efectiv în el. Foloseşte-ţi imaginaţia. Dacă e să rămânem la exemplul de mai sus, poate n-ar fi rău să-ţi tremure un pic genunchii de frig la final (exagerez, desigur, dar nu foarte tare)

5. Fii sincer! Inadvertenţele de mesaj pe care le transmiţi pe parcursul unui interviu sunt uşor remarcate de un recrutor / angajator cu experienţă şi sunt mult mai îngrijorătoare decât micile

incompatibilităţi cu profilul candidatului ideal. Altfel spus, nu-i cazul aici să te dai Superman şi să promiţi c-ajungi la pol în 2 ore. Nu vei fi nici crezut, nici angajat!

Iar la final, pentru curioşi: Da, se poate. Se poate ajunge în 48 de ore la Polul Nord. Cunosc pe cineva care a făcut-o. Să obţii jobul pe care ţi-l doreşti nu poate fi, cred eu, mai dificil. Folosind cam aceleaşi calităţi...

Scris de Dragoş Popescu

CELE MAI FRECVENTE 41 ÎNTREBĂRI DIN TIMPUL INTERVIURILOR ȘI... RĂSPUNSURI

Întrebări generale

1. Vorbește-mi despre tine!

☐ Încearcă să răspunzi scurt în cel mult 2 minute, nu te bâlbâi!

☐ Nu te întoarce în copilărie, dă câteva detalii despre ce a fost în trecut și unde vrei să ajungi!

☐ Folosește introducerea din CV ca bază de început!

☐ Răspunde în așa fel încât să lași să se înţeleagă că ești un om stabil, adaptabil și pozitiv!

☐ Spune doar lucruri pozitive!

2. Ce știi despre compania noastră?

☐ Arată că ţi-ai făcut temele, că știi cu ce se ocupă firma și care este locul ei pe piaţă, cunoști produsele, venitul aproximativ al companiei, care este reputaţia ei în cadrul industriei din care face parte, dar și în general, cunoști istoria companiei, imaginea, ţelurile și psihologia!

☐ Arată-te interesat de noi informaţii, lasă intervievatorul să-ţi furnizeze mai multe detalii despre companie!

3. De ce vrei să lucrezi pentru noi?

☐ Nu vorbi despre ce vrei tu, vorbește despre nevoile lor și despre ce poţi face tu pentru ei!

☐ Vrei să faci parte din proiectul companiei lor.

☐ Vrei să rezolvi problemele companiei și îţi plac provocările.

☐ Poţi avea o contribuţie majoră la îndeplinirea ţelurilor companiei.

4. Ce ai face pentru noi? Ce poţi face pentru noi și altcineva nu poate?

☐ Prezintă experienţele anterioare care arată succesul reportat în rezolvarea problemelor similare cu cele pe care le-ar putea avea compania respectivă!

☐ Fii pozitiv!

5. De ce găsești oferta noastră atractivă? Sau neatractivă?

☐ Enumeră 3 sau mai mulţi factori atractivi și doar un aspect negativ, cel mai minor, aspecte care ar putea include locaţia birourilor, reputaţia companiei, șansa de a lucra cu oameni de excepţie.

6. De ce ar trebui să te angajăm?

☐ Datorită cunoștinţelor, a experienţei, abilităţilor și calităţilor pe care le deţii. Fii foarte sigur și încrezător în modul de a răspunde, nu vag!

7. Ce anume dorești de la un loc de muncă?

☐ Oportunitate de a-mi folosi calităţile și de a-mi fi recunoscute.

☐ Posibilitatea de a-mi îmbunătăţi cunoștinţele, deoarece în viaţă trebuie să învăţăm continuu.

☐ Răspunsuri vagi cum ar fi: „îmi place să lucrez cu oamenii, îmi plac provocările la locul de muncă”.

☐ Leagă răspunsul de postul pentru care concurezi: „Sunt interesat să creez un soft care să vă rezolve problema”.

8. Spune-mi părerea ta despre… (poziţia pentru care ești intervievat)!

☐ Fii concis: activităţi și rezultate dorite!

9. Cât va dura până veţi avea o contribuţie în firma noastră?

☐ Foarte repede, după o scurtă perioadă de acomodare și orientare.

10. Cât timp veţi sta cu noi?

☐ Atâta timp cât suntem de aceeași părere, contribui, îmbunătăţesc, cresc etc.

Întrebări despre experienţă și management

11. Care este stilul tău de conducere?

☐ (Dacă nu te-ai gândit până acum la acest aspect, este timpul să o faci. Consultă tipurile de management de pe GoJobsite's). De exemplu, „Conducerea prin dezvoltare și antrenare", când managerul se vede în primul rând ca un instructor al angajaţilor. „Uși deschise" este o idee bună.

12. Eşti un conducător bun? Dă un exemplu. De ce crezi că ai potenţial de conducător de top?

☐ Răspunde concis, prezentând realizările și sarcinile avute, accentuează calităţile manageriale: planificarea, organizarea, controlul, calităţile interpersonale! Descrie trăsăturile personale relevante!

13. Ce ai căutat când ai angajat oameni în trecut?

☐ Calităţi, iniţiativă, adaptabilitate.

14. Ai concediat pe cineva? Dacă da, care au fost motivele și cum ai tratat subiectul?

☐ Ai avut experienţă și totul a decurs normal. Descrie cum ai vorbit cu persoana și cum i-ai explicat cu tact, dar exact unde nu a făcut faţă!

15. Care crezi că este cea mai dificilă sarcină a unui conducător?

☐ Planificarea și realizarea activităţilor la timp și în bugetul alocat.

☐ Nu lăsa de înţeles că este o sarcină de nebiruit!

16. Care este cea mai mare slăbiciune a unui conducător?

☐ Să fie onest (și termină pe o notă pozitivă).

Întrebări legate de dinamica industriei respective

17. Ce tendinţe importante ai văzut legat de industria în care activăm?

☐ Rezumă răspunsul la două sau trei tendinţe!

☐ Îmbogăţește exemplele cu referinţe ale companiilor importante de pe piaţă!

☐ Prezintă un punct de vedere optimist și entuziast!

Dacă părăsești un loc de muncă

18. De ce pleci de la actualul loc de muncă?

☐ Nu mai reprezintă o provocare, este timpul să merg mai departe, mi-ar plăcea să lucrez în domeniul... (domeniul companiei la care vrei să te angajezi). Dă un răspuns grupat dacă este posibil! Ex: departamentul nostru se consolidează sau se restructurează.

19. Ce părere ai că trebuie să renunţi la toate beneficiile?

☐ Simţi că provocările și satisfacţia noului post depășesc beneficiile pierdute.

20. Descrie cum crezi că este un mediu ideal de lucru

☐ Acolo unde oamenii sunt trataţi cât mai corect posibil.

☐ Nu menţiona zilele de vineri libere!

21. Cum ai descrie firma actuală la care lucrezi?

☐ companie excelentă, care mi-a permis căpătarea unei experienţe bogate.

Cuantificarea experienţei și a realizărilor

22. Ai ajutat la creșterea vânzărilor, a profitului? Cum?

☐ Sugerează câteva ocazii, apoi oprește-te asupra uneia și detaliaz-o!

☐ Prezintă creșterea procentuală a profitului cu fapte și cifre!

23. Ai contribuit la reducerea costurilor? Cum?

☐ La fel ca mai sus.

24. De câţi bani poţi vorbi ca profit?

☐ Fii specific, relatează un anume contract cu fapte și cifre!

25. Câți oameni ai supervizat la vechiul loc de muncă?

☐ Fii specific - cu cât mai mulţi, cu atât mai bine!

26. Îţi place să lucrezi cu acţiunile mai mult decât cu vorbele?

☐ Fii onest, dar pozitiv!

☐ Nu spune „depinde de acţiuni: ghiont ghiont, clipit clipit."

27. La actualul loc de muncă sau la cel anterior, ce caracteristici ţi-au plăcut mai mult? Mai puţin?

☐ Rezumă răspunsul la ce poate oferi noul loc de muncă!

28. La actualul sau fostul loc de muncă, care au fost/sunt cele mai importante 5 realizări?

☐ Te poţi referi la realizările principale trecute în CV.

Stilul tău de lucru și obiceiurile

29. Dacă aș vorbi cu șeful tău anterior, care ar spune el că sunt punctele tale forte și slabe?

☐ Pune accent pe abilităţi: nu pune accent pe slăbiciunile tale! Este întotdeauna mai sigur să identifici lipsa unei calităţi sau a experienţei ca un defect, decât o caracteristică personală.

30. Poţi lucra după termene limită, sub presiune etc.?

☐ Da. Foarte simplu, este un mod de viaţă în afaceri.

31. La actualul loc de muncă, ce probleme ai identificat care au fost iniţial trecute cu vederea?

☐ Fii concis și nu uita să spui cum ai rezolvat problemele!

32. Nu crezi că te-ai simţi mai bine într-o companie mai mare? Domeniu diferit?

☐ Depinde de post – explică succint!

☐ Repetă cum experienţa ta anterioară se pretează pentru postul pentru care candidezi în cadrul companiei!

33. Cum rezolvi problemele într-o echipă?

☐ Pentru început, discuţi problemele în privat și cu tact. Dacă problema nu se rezolvă, atunci trebuie luate măsuri, ceea ce ar putea însemna eliminarea unui membru al echipei.

34. Care a fost decizia cea mai grea pe care a trebui să o iei?

☐ Încearcă să rezumi răspunsul la situaţia viitorului loc de muncă!

☐ Nu menţiona situaţia când a trebuit să alegi între Emmy Lou și sora ei geamănă, Scarlet O'Hara! Sau să porţi cravata roșie sau albastră la interviu.

Întrebări legate de salariu

35. Ce salariu îţi dorești?

☐ Răspunde cu o întrebare, de exemplu „care este salariul unei poziţii similare în compania dvs.?";

☐ Dacă ei nu răspund, atunci dă o cifră (cam cât crezi că valorezi).

36. La ce sumă te aștepţi, dacă îţi oferim acest post?

☐ Fii atent! Valoarea pe piaţă a postului respectiv ar putea fi răspunsul cheie, de exemplu: „Am înţeles că un post ca cel pe care-l oferiţi valorează cam…"

37. Ce fel de salariu meriţi?

☐ Dacă ai ceva în minte... nu ezita!

Întrebări legate de personalitate

38. Care a fost ultima carte pe care ai citit-o? Film văzut? Evenimentul sportiv la care ai participat?

☐ Vorbește despre cărţi, sport sau filme care să reprezinte echilibrul în viaţa ta!

☐ Limitează-te la ceva clasic!

39. Cum ţi-ai descrie personalitatea?

☐ Echilibrat.

☐ Corect, onest, de încredere, prietenos etc.

40. Care sunt punctele tale forte?

☐ Prezintă cel puţin 3 care să aibă legătură cu firma angajatoare sau cu postul oferit!

☐ Leagă răspunsul de nevoile intervievatorului! „Mă văd ca o persoană orientată spre obiectiv…" prezintă cum în postul anterior ai obţinut rezultate superioare celor stabilite.

41. Care sunt punctele tale slabe?

☐ Nu spune că nu ai!

☐ Încearcă să nu transformi caracteristicile personale în slăbiciuni, dar fii gata să ai unul dacă intervievatorul insistă!

☐ Încearcă să transformi răspunsul și întrebarea într-un punct forte: „Sunt genul de om căruia îi plac provocările și se implică. Unii oameni văd asta ca pe o întârziere, dar sunt sigur că poate fi văzută și ca un punct forte deoarece vreau să fiu sigur că lucrul este bine făcut".

Este bine să fii pregătit să răspunzi și la întrebări legate de sănătate, întrebări mult mai tehnice legate de calificările tale, cercetare sau locul de muncă actual, plus alte informaţii pe care le-ai trecut în CV.

Sursa: e-Jobs

CUM SĂ ÎNLĂTURI STRESUL INTERVIURILOR

Pentru majoritatea celor care își caută un loc de muncă, cuvintele „stres" și „interviu" sunt sinonime. Mai întâi, aceștia sunt stresați cu privire la participarea la interviu; apoi, sunt stresați datorită pregătirii pentru interviu, iar în cele din urmă sunt stresați cu privire la ținută și îmbrăcăminte, la ceea ce vor spune, dacă angajatorii îi vor plăcea sau nu și multe altele.

Dar momentul în care stresul atinge punctul culminant este cel în care candidatul ajunge la interviu. Stresul are o mulțime de efecte asupra oamenilor – îi poate face să tremure, să intre în panică, să vorbească prea mult, să se agite sau să își piardă ideile.

Iată în continuare câteva tehnici simple care te pot ajuta să te liniștești și să te relaxezi când te simți stresat înaintea unui interviu.

Înainte de interviu

Punctualitatea la un interviu este unul dintre cele mai importante aspecte de care trebuie să te asiguri; nu-ți provoacă inutil situații de stres – încearcă să ajungi cu 10 minute înainte de începerea interviului.

Dacă vei ajunge prea devreme, vei aștepta și vei fi îngrijorat, iar dacă vei ajunge prea târziu, va trebui să te grăbești și nu vei avea timp să îți pui ideile în ordine pentru interviu. O pauză înaintea interviului, de 10 minute, îți va permite să îți tragi răsuflarea și să te obișnuiești cu mediul – este suficient timp, fără a fi prea mult.

Imaginează-ți!

Îți poți transforma visele în realitate – folosește-ți imaginația pentru a-ți păstra calmul pe parcursul unui interviu.

Vizualizarea reprezintă o tehnică de relaxare, cu ajutorul căreia îți creezi în minte imaginea unei situații stresante, pe care o rezolvi cu succes. Astfel, te pregătești psihic pentru a face față cât mai bine situației reale.

Poți practica vizualizarea cu câteva zile, ore sau chiar câteva minute înainte de interviu - închide ochii, respiră adânc și imaginează-ți discuția cu angajatorul, fiind încrezător și răspunzând cu ușurință chiar și întrebărilor grele.

Exersează succesul în imaginația ta și curând vei avea parte de el și în realitate.

Relaxează-te!

Un candidat relaxat este un candidat încrezător în propriile capacităţi.

Demonstrează-i intervievatorului că ești calm, liniștit și încrezător pe parcursul discuţiei cu acesta și te va considera potrivit pentru job.

Iată câteva sfaturi pentru a-ţi păstra calmul pe parcursul interviului:

☐ Respiră rar și adânc (și, desigur, silenţios)!

☐ Stai drept pe cât posibil și nu îţi încrucișa braţele sau picioarele, ţine-le relaxate!

☐ Vorbește rar și fă pauze dese de respiraţie!

☐ Zâmbește – este contagios!

Ia pauze, nu intra în panică!

Pe parcursul oricărui interviu se întâmplă ceva care nu decurge conform planurilor tale: fie are loc o pauză prea lungă, în care tăcerea devine apăsătoare, fie te bâlbâi sau nu îţi găsești cuvintele pentru a răspunde unei întrebări dificile. NU intra în panică – acum este momentul să aplici tehnicile de relaxare prezentate mai sus!

Este mai ușor să îţi controlezi frica și panica pe măsură ce simţi că acestea apar, decât să te relaxezi când deja ţi-ai pierdut calmul și controlul asupra ideilor. Așa că ia o pauză în momentul în care simţi că începi să intri în panică, repetă în gând că poţi trece peste acest moment, răsufla adânc, concentrează-te și reia interviul. O pauză scurtă de numai 10 secunde poate fi exact ceea ce ai nevoie pentru a-ţi recâștiga calmul și controlul, iar intervievatorul cu siguranţă nici nu va observa acest lucru.

Sursa: e-Jobs

MICILE AMĂNUNTE CARE ÎȚI POT SALVA INTERVIUL

Pregătirile pentru interviu pot fi stresante și îţi pot ocupa mult timp. Poţi pierde zile întregi făcând cercetări asupra companiei, gândindu-te la răspunsurile celor mai dificile întrebări posibile și pregătindu-ţi portofoliul.

Cu atât de multe de făcut, poţi uita cu ușurinţă detaliile practice care contribuie la succesul unui interviu.

Iată în continuare micile amănunte care sunt de cele mai multe ori omise de către candidaţi, în cadrul pregătirii acestora pentru interviu.

Pregătirea „echipamentului" pentru interviu

Pregătește-ţi dinainte hainele pe care le vei purta – doar nu vrei ca în ziua interviului să pierzi timp căutând șosetele sau o cămașă curată.

Asigură-te (de preferat cu o zi înainte) că hainele sunt perfect curate și fără o cută și ai grijă și de restul ţinutei tale: manichiura îngrijită, pantofii lustruiţi.

De asemenea, adună toate materialele importante într-o mapă, pentru a nu uita nimic – poţi include chiar și copii ale CV-ului tău și referinţe.

Atenţie la respiraţia neplăcută!

Ia o masă ușoară înainte de interviu; un prânz greu digerabil te poate face apatic sau leneș, pe când o masă ușoară sau o gustare te vor asigura că stomacul nu va începe să te roadă chiar în timpul discuţiei cu intervievatorul despre realizările tale profesionale.

Dacă interviul nu are loc în a doua parte a zilei, nu te atinge de alimente precum ceapa și usturoiul. În orice caz, asigură-te că ai o dantură îngrijită și o respiraţie plăcută înainte de a intra la interviu.

Știi cu exactitate unde trebuie să ajungi?

Ziua interviului nu este momentul potrivit pentru a încerca o nouă scurtătură spre sediul companiei sau pentru a cerceta zona, dacă nu îţi este cunoscută.

Asigură-te dinainte că știi cum să ajungi la interviu și, eventual, cu o zi înainte, fă acest drum. De asemenea, află cu precizie clădirea, etajul și eventual biroul unde va avea loc interviul, în cazul unei companii mari.

Dacă ai noroc, vei fi întâmpinat de recepţionistă în momentul când vei intra pe ușa firmei și vei fi condus; altfel, va trebui să te descurci singur, așa că asigură-te că știi unde să ajungi.

Fii „ochi și urechi" la tot ceea ce se întâmplă în jurul tău!

Când vine vorba despre interviu, ceva mai multă atenţie nu strică.

Poţi considera că interviul începe în momentul în care ai ajuns la firmă, așa că fii „ochi și urechi" la tot ce se întâmplă în jurul tău. Oricare din persoanele din jurul tău poate fi chiar intervievatorul, așa că fii foarte atent și comportă-te cât mai bine. Fii amabil și politicos cu toate persoanele pe care le întâlnești, începând cu paznicul de la intrare, până la recepţionist(a).

Dacă intri în discuţie cu persoane necunoscute, fii cât mai agreabil și politicos – reţine că nu este momentul potrivit pentru a te plânge de „mirosul neplăcut de la intrare" sau de cât trebuie să aștepți la lift.

În cele din urmă, dar nu mai puţin important, ţine-ţi telefonul închis pe parcursul întregului interviu.

SFATURI DESPRE CUM SĂ TE ÎMBRACI LA UN INTERVIU

Prima impresie contează! Fiind faţă în faţă cu intervievatorul, acesta te va scruta cu privirea din cap până în picioare, iar ceea ce va vedea poate fi la fel de important ca și ceea ce vei zice.

Ţinuta ta trebuie să fie adecvată domeniului în care lucrezi, dar fie că aceasta înseamnă să adopţi un look conservator, fie unul creativ, trebuie să arăţi ca un adevărat profesionist. Îţi poţi exprima personalitatea prin ţinuta pe care o adopţi, dar reţine că nu trebuie să te evidenţiezi prin aceasta, ci prin calităţile tale și experienţă.

Investighează codul ţinutei adoptat de firma respectivă!

Pentru majoritatea interviurilor, costumul de business este o ţinută potrivită.

Dacă nu ești sigur dacă ar trebui sau nu să porţi un costum, poţi întreaba recrutorul care este codul ţinutei angajaţilor firmei respective. Totuși, reţine că interviul nu poate fi considerat ca o zi obișnuită de lucru în acea companie și trebuie să fii îmbrăcat adecvat acestei situaţii speciale.

Chiar dacă ţinuta adoptată de angajaţii companiei este cea obișnuită de business sau pur și simplu nu există o ţinută obligatorie, tot trebuie să iei în considerare varianta costumului pentru interviu.

De asemenea, trebuie să iei în considerare și faptul că ceilalţi candidaţi ar putea purta costume, iar tu ai putea fi singurul candidat care nu s-a îmbrăcat corespunzător.

Regula de aur: Dacă ești în dubiu, poartă un costum – este mai bine să fii îmbrăcat prea formal decât prea obișnuit.

Aspecte ale modei permise în cadrul interviurilor

Iată în continuare câteva sfaturi care te vor ajuta să faci o primă impresie excelentă intervievatorului, indiferent de domeniul profesiei tale.

Costumele în culori conservatoare, ca de exemplu negru sau bleumarin, sunt o alegere sigură atât pentru bărbaţi, cât și pentru femei, și pot fi purtate cu cămăși uni (eventual albe), pentru un look profesionist și cu gust.

Îţi poţi exprima personalitatea într-un mod subtil, prin mici detalii - femeile pot purta o bijuterie aleasă cu gust, iar bărbaţii o cravata elegantă.

Aspecte ale modei nepermise în cadrul interviurilor

Așa cum există anumite aspecte ale modei permise în cadrul tuturor interviurilor, indiferent de domeniu, există și aspecte nepermise, care ar trebui evitate de către toţi candidaţii, deoarece pot părea neprofesionali.

Pentru femei, fustele scurte sau sandalele nu sunt potrivite pentru niciun interviu. Întotdeauna, acestea trebuie să poarte fuste aproape de (sau care depășesc) nivelul genunchilor, pantofi, obligatoriu cu dres. De asemenea, este bine să evite imprimeurile florale și ţinutele în culori puternice.

În cazul bărbaţilor, costumele cu o croială nepotrivită transmit un mesaj necorespunzător și nu fac o impresie bună asupra angajatorilor. De asemenea, pentru a avea un look profesional, aceștia trebuie să evite cravatele în culori sau modele excentrice, pantofii sport, puloverele pe gât sau tricourile cu mânecă scurtă.

Detaliile întregesc ţinuta

Demonstrează angajatorului că esti un perfecţionist, fiind atent și la micile detalii. Femeile trebuie să fie atente în această direcţie, în special la manichiură, machiaj și geanta pe care o poartă. Unghiile trebuie să fie de o lungime rezonabilă, iar culoarea lacului folosit nu trebuie să fie stridentă. Machiajul trebuie să fie cât mai discret, iar parfumul poate lipsi. Geanta trebuie să se asorteze cu restul ţinutei, în special cu pantofii.

Și bărbaţii trebuie să aibă o manichiură îngrijită. De asemenea, pantofii (lustruiţi) și șosetele trebuie să se asorteze cu restul ţinutei, iar geanta (sau mapa) trebuie să fie curată și într-o condiţie cât mai bună.

Nu trebuie să cheltui mulţi bani pentru a avea un look profesional – secretul unei prime impresii excelente constă în alegerea cu grijă a ţinutei, fiind atent și la micile detalii.

Sursa: e-Jobs

34 DE GREȘELI ÎN TIMPUL INTERVIULUI

(Din rapoartele a 153 de companii)

1. Înfăţişarea neîngrijită
2. Lipsă de interes și de entuziasm
3. Accentuarea aspectului financiar - interesul doar pentru cea mai mare ofertă
4. Criticarea foștilor șefi
5. Neputinţa de a te uita la intervievator în timpul conversaţiei
6. Strângerea slabă de mână
7. Comoditatea de a nu te duce la interviu
8. Întârzierea la interviu
9. Să uiţi să îţi exprimi aprecierea faţă de intervievator pentru timpul acordat
10. Să nu pui întrebări despre postul oferit
11. Să nu răspunzi clar la întrebări
12. Sa fii arogant, foarte agresiv, plin de sine ca şi cum le-ai şti pe toate
13. Să nu te exprimi clar: dicţie greșită, greșeli de gramatică
14. Să nu știi să îți plănuiești cariera. Lipsa obiectivelor și scopurilor
15. Lipsă de încredere și de siguranţă. Nervozitate când ești pus în situaţii dificile
16. Lipsa de implicare în diferite activităţi
17. Să nu vrei să începi cariera de la început. Să te aștepţi la prea mult, prea devreme
18. Să găsești scuze și motive, să fii evaziv în privinţa aspectelor nefavorabile din trecutul tău
19. Lipsa de tact
20. Lipsa de curtoazie. Impoliteţea
21. Lipsa de maturitate
22. Lipsa de vitalitate
23. Indecizia
24. CV incomplet și neîngrijit
25. Să obișnuieşti să pierzi timpul
26. Să vrei joburi pentru perioade scurte de timp
27. Lipsa de interes în compania sau domeniul respectiv

28. Standardele morale discutabile
29. Cinismul
30. Lenea
31. Intoleranța. Să ai prejudecăți
32. Interesul redus
33. Incapacitatea de a suporta criticile
34. Să fii coleric, extrem de iritabil

Sursa: e-Jobs

CUM POȚI OBȚINE JOBUL DORIT ÎN URMA INTERVIULUI

De cele mai multe ori, atunci când vrei să obţii un job, verifici newsletterul eJobs, te înscrii la cele care te interesează și care ţi se potrivesc din punct de vedere al pregătirii tale profesionale, aștepţi să fii contactat și... ești chemat la interviu.

În acest punct însă, pentru tine procesul se oprește și se reia cu o altă înscriere, alt interviu... ce anume are în plus CV-ul tău și îţi lipsește în cadrul interviului pentru a obține jobul pe care îl dorești?

Pregătește-ți un plan

Munca ta începe de-abia în momentul în care un potenţial angajator te cheamă la un interviu. În afară de a decide ce costum să porţi și cum să ajungi la interviu mai devreme, trebuie neapărat să faci cercetări asupra companiei și asupra competiţiei sale, cu ajutorul motoarelor de căutare (Google, Yahoo etc.). Află ultimele știri și cât mai multe amănunte despre istoria companiei și despre domeniul acesteia.

Apoi, evaluează-ţi abilităţile, experienţa și aptitudinile creative de soluţionare a problemelor – corespund acestea cerinţelor postului pentru care candidezi? Ce aptitudini ai pentru *acest* job, de care compania are în *acest* moment nevoie? Pregătește o listă cu idei bine gândite asupra modului în care vei ajuta compania să prospere, să aibă performanţe mai bune sau pur și simplu să realizeze venituri mai mari.

Nu întreba ce poate compania să facă pentru tine

Odată ce ai ajuns la interviu, uită aproape toate sfaturile pe care le-ai auzit cu privire la modul în care trebuie să te „vinzi" angajatorului – lasă-ţi calităţile să „vorbească" de la sine.

Pune intervievatorului întrebări despre companie și despre nevoile acesteia, în ceea ce privește postul pentru care candidezi. Ascultă cu atenţie ceea ce îţi spune și încearcă să citești printre rânduri. Răspunde cu entuziasm, dar și cu atenţie, cum vei putea ajuta compania și cum poţi răspunde nevoilor acesteia.

Spre sfârșitul interviului, poţi discuta cu intervievatorul câteva din ideile pe care ţi le-ai formulat cu grijă înaintea interviului. Intervievatorul va fi impresionat de sârguinţa ta și de sinceritatea ideilor tale, atâta timp cât vei evita să fii critic.

Cere oferta

Chiar așa: dacă îți dorești jobul, spune acest lucru cu tact și curaj, fără nicio urmă de disperare în glas.

Iată în continuare trei modalități prin care poţi obţine oferta din partea angajatorului cât mai curând:

• Vorbește ca și când deja ai obţinut jobul, despre lucrurile pe care de-abia aștepți să le faci de îndată ce începi lucrul acolo.

• Întreabă când poţi începe lucrul: săptămâna următoare sau peste două săptămâni – punând o întrebare de acest tip, poţi obţine un răspuns favorabil de la angajator mai devreme decât oferta oficială.

• Pentru cei mai curajoși, așteaptă până când interviul se apropie de sfârșit și fă o afirmaţie cu un impact puternic despre companie, postul respectiv și calificările pe care le ai – apoi cere oferta și ţine-ţi respiraţia pentru răspunsul final.

După interviu, acţionează ca un adevărat profesionist

Un interviu de succes poate fi urmat de o ofertă în doar câteva zile, dacă știi să acţionezi ca un adevărat profesionist.

Mai întâi, dă un scurt telefon intervievatorului pentru a-i mulţumi pentru timpul acordat – dacă nu este disponibil, trimite-i un email. Apoi, trimite-i o scrisoare, bătută la maşina sau scrisă de mână, care să includă câteva idei personale, inovatoare, care ar putea ajuta compania să se dezvolte. Poţi include o scurtă documentaţie – orice ar putea convinge cât de serios dorești să contribui la succesul companiei.

Dacă nu obţii un răspuns pentru niciuna dintre aceste încercări într-o săptămână, poţi suna intervievatorul sau managerul departamentului de HR pentru a-ţi exprima din nou entuziasmul pentru acest job; de asemenea, întreabă când anticipează că vor lua o decizie. Așteaptă apoi cu răbdare până la data respectivă și sună după alte două-trei zile pentru a întreba dacă firma a luat vreo decizie în legătură cu jobul. De fiecare dată când îi contactezi, fii politicos și profesional.

Răspunsurile celor mai dificile întrebări în cadrul unui interviu

Le recunoști dintr-o mie – sunt acele întrebări care parcă nu au răspuns. Ce poţi face? Nu te bloca, poţi da și acestor întrebări răspunsuri potrivite.

Întrebarea despre viitor

Această întrebare este formulată astfel: „Unde te vezi peste cinci ani?”

Cea mai bună tactică: vorbește despre calităţile tale. Nu da prea multe amănunte despre planurile tale concrete de viitor în ceea ce privește cariera. În schimb, poţi discuta obiectivele tale profesionale și cum intenţionezi să le atingi. Obiective ca de exemplu perfecţionarea profesională sau căutarea unor noi provocări în carieră valorează foarte mult pentru angajatori.

Întrebarea despre salariu

Deși se spune că orice ai răspunde acestei întrebări este în dezavantajul tău, acest lucru nu este neapărat adevărat.

Când ești întrebat la un interviu care sunt cerinţele tale salariale, încearcă mai întâi să eviţi cu delicateţe să răspunzi, întrebând la rândul tău cât este salariul pentru poziţia respectivă.

Dacă intervievatorul insistă să-i spui o sumă, gândește-te la un interval în care aceasta să se încadreze, luând în considerare salariul pe care ţi-l dorești, salariul celui mai recent job și salariul standard pentru acest post.

Această întrebare este una din cele mai importante, așa că trebuie să îţi pregătești un răspuns înainte de a ajunge în faţa intervievatorului.

Întrebarea „De ce?"

Între a fi încrezător în propriile forţe și a fi lăudăros nu este decât un pas. Dacă ești întrebat în cadrul unui interviu „De ce ar trebui să te angajez?", trebuie să îţi prezinţi sincer, cu încredere, abilităţile tale, dar să eviţi să pari lăudăros.

Pregătește-te pentru această întrebare, repetând cu voce tare în faţa oglinzii care sunt abilităţile și capacităţile tale profesionale. De exemplu: „Sunt o persoană integră", „Sunt o persoană sociabilă și mi-am facut de-a lungul timpului multe relaţii în acest domeniu", „Îmi urmăresc obiectivele cu convingere". Chiar dacă la început o să îţi fie greu să te lauzi singur, după câteva repetiţii, vei părea sincer.

Întrebările ciudate

Dacă ai fi un copac, care ar fi acesta? Dar dacă ai fi o mașină? Sau un animal?

În primul rând, ceea ce trebuie să faci este să nu intri în panică – ia o pauză și respiră adânc. Apoi, amintește-ţi că nu există un răspuns „corect" pentru astfel de întrebări, iar faptul că ai alege un plop sau un stejar nu prezintă importanţă pentru jobul pe care îl dorești.

Intervievatorii, prin aceste întrebări, urmăresc să observe cum te descurci în situaţii imprevizibile și sub presiune. Nu este important ce fel de copac (sau mașină, sau animal) alegi, dar contează felul în care îţi motivezi opţiunea, astfel încât să îţi fie favorabilă.

Așa că, alege un plop – pentru că îți dorești să atingi culmi nebănuite în cariera ta, sau alege un stejar – deoarece scopul tău este să ajuţi compania să prindă „rădăcini". Și nu uita – oricare ar fi alegerea ta, va fi foarte bună!

Sursa: e-Jobs

E RÂNDUL TĂU ACUM SĂ PUI ÎNTREBĂRI ANGAJATORULUI

Spre sfârşitul interviului, angajatorul te va întreba, cu siguranţă, dacă ai nelămuriri sau dacă ai vreo întrebare pentru el. Aceasta este cea mai uşoară întrebare care ţi se poate pune în cadrul unui interviu, iar răspunsul tău trebuie să fie întotdeauna afirmativ.

Punând întrebări intervievatorului, îi arăţi că eşti interesat de jobul respectiv, că eşti la curent cu postul şi cu domeniul respectiv şi, cel mai important lucru, îl poţi convinge că eşti un candidat excepţional.

Totuşi, trebuie să îţi alegi cu atenţie întrebările, în funcţie de persoana care te intervievează.

O întrebare excelentă pentru un recrutor poate fi nepotrivită pentru un manager al departamentului de HR. Doar nu vrei să pui posibilului tău viitor şef o întrebare care mai degrabă s-ar potrivi unui viitor coleg.

De asemenea, sunt anumite întrebări pe care nu ar trebui să le pui niciodată în cadrul unui prim interviu, indiferent de persoana cu care ţii interviul: NU întreba despre salariu, concedii sau orice alte avantaje, deoarece ai putea parea mai interesat de beneficii decât de companie.

În continuare, iată câteva întrebări valabile oricărui angajator:

Recrutorul - persoana care cunoaşte întregul proces de angajare

Datoria recrutorului este aceea de a identifica cei mai buni candidaţi şi, de asemenea, de a-i ajuta pas cu pas în procesul de recrutare – el este persoana care cunoaşte întregul proces şi care îţi poate da detalii despre companie, departament sau job. Păstrează însă pentru manager întrebările concrete despre job.

Iată câteva întrebări pe care i le poţi adresa recrutorului:

- Cum aţi descrie cultura organizaţională a companiei?
- Ce fel de angajaţi tind să exceleze în această companie?
- Puteţi să îmi daţi câteva detalii despre procesul de recrutare?

Managerul de Resurse Umane – viitorul tău şef

Dacă obţii jobul, cu siguranţă vei fi supravegheat de Managerul angajator – acesta este persoana care cunoaşte cele mai multe despre jobul la care te-ai înscris şi cerinţele acestuia. Îi poţi pune întrebări specifice jobului la care te-ai înscris, ca de exemplu legate de responsabilităţile şi provocările acestuia sau de tipul candidatului ideal pentru job.

Iată câteva întrebări pe care i le poţi adresa managerului angajator:

• Care este candidatul ideal pentru acest job?

• Care sunt cerinţele jobului?

• Care este următoarea poziţie în cadrul ierarhiei companiei, pentru cineva care ocupă acest job?

Managerul executiv - expertul în domeniu

Senior-managerii și executivii sunt, cu siguranţă, cei mai buni cunoscători ai domeniului companiei. Dacă urmează să ocupi un post asemănător ca importanţă cu al acestora, poţi pune întrebări concrete despre domeniu. Ideal este ca majoritatea întrebărilor pe care le pui să fie în legătură cu viitorul companiei – aceasta este șansa ta să te afirmi ca un bun cunoscător al domeniului respectiv.

Iata câteva întrebări pe care i le poţi adresa managerului executiv:

• Cum consideraţi că va evolua această industrie în cinci ani?

• Care sunt avantajele companiei asupra competitorilor săi?

• Care sunt obiectivele companiei?

Colegul de serviciu – persoana cea mai obiectivă

Unele interviuri vor include, de asemenea, o întâlnire cu un posibil viitor coleg, care este cel mai indicat pentru a-ţi da detalii despre job, fiind cel mai obiectiv în legătură cu provocările și mediul de lucru. Totuși, nu te aștepta să primești informaţii din interiorul firmei și nici nu cere astfel de detalii.

Iată câteva întrebări pe care i le poţi adresa potenţialului coleg de serviciu:

• Cum arată o zi obișnuită în acest departament?

• Cum aţi descrie mediul de lucru din companie?

• Care este partea cea mai atractivă a acestui job? Care sunt provocările jobului?

Sursa: e-Jobs

INTERVIUL. TIPURI ŞI TRUCURI

„Peste două săptămâni, sunt programat pentru un interviu de angajare. Ce m-ar ajuta câteva şmecherii, ca să fiu gata de asta... Este primul interviu, pentru care mă simt nepregătit şi chiar un pic descurajat. Dar am avut noroc să fiu chemat la interviul asta... Acum, că e aşa o perioadă de criză, trebuie să îi conving neapărat să mă angajeze. Pe mine, nu pe altcineva. Aş face jobul asta şi pe gratis, o bucată de vreme, numai să nu mai stau acasă, fără să fac nimic. Dar oare fac faţă? Am auzit că e foarte greu să intri la firma asta şi, dacă intri, apoi nu mai ai nici zi, nici noapte... Dar primul lucru pe care trebuie să-l fac acum este să iau interviul. Dar e nedrept, o persoană necunoscută, evident răuvoitoare, care nu va vrea să îţi dea şansa să demonstrezi cât de bun şi de util poţi fi tu companiei unde, de altfel, peroana respectiva este un simplu angajat, îţi va face un interviu dificil. Şi da, de fapt, se teme de concurenţă, se teme că, dacă tu vei fi cel ales, în scurtă vreme şeful cel mare o să vadă că tu eşti mult mai competent decât cel care te-a adus în firmă şi evident de aia o să te respingă şi o să-ţi facă o grămadă de mizerii, o să se comporte cu tine execrabil. Mai bine, nu mă duc la interviul ala, că sigur nu-l iau, că am auzit că recrutorul de la ei e foarte dificil şi decât să nu-l iau, mai bine nu mă duc. Ce să caut eu, de fapt, în compania aia? Toată lumea ştie că şi dacă iei interviul, nu rămâi acolo decât dacă te dai bine cu şeful sau, şi mai rău, ştii tu...“

Ce sfaturi bune ai putea primi, dacă te-ai afla în situaţia de mai sus? Cine te-ar putea îndruma dacă ai mai avea două săptămâni până la interviul care te-ar putea duce spre ocuparea unui post foarte important; acel post va determina o schimbare esenţială în statutul tău: din şomer, în angajat. Ce poţi să mai faci, în timpul acela scurt care mai este până când nişte persoane necunoscute, în mod prezumtiv împotriva ta, îţi vor hotărî soarta?

La aceste întrebări poţi răspunde şi singur, cu o documentare uşoară, în momentul acesta, pe internet; îţi poţi răspunde, de asemenea, cu ajutorul unui consilier de carieră. Întrebările de mai sus sunt uneori normale, alteori exagerări ale unei reţineri evidente faţă de provocările unei situaţii de noutate.

Când un angajator, din orice domeniu de activitate, şi-a arătat interesul pentru tine, asta înseamnă că profilul profesional pe care i l-ai

prezentat a avut câştig de cauză în faţa a cel puţin alte câteva zeci. Trebuie să conştientizezi faptul că o convocare la interviu înseamnă că ai trecut, în termeni sportivi, de faza grupelor şi că te-ai calificat în şaisprezecimi. Înseamnă că scrisoarea de intenţie şi CV-ul pe care l-ai prezentat şi-au făcut treaba extrem de bine, că experienţa ta anterioară se apropie de descrierea jobului şi că profilul tău corespunde din multe puncte de vedere nevoilor postului pentru care ai candidat.

Scopul exact al interviului este acela de a determina în ce măsură candidatul, adică tu, corespunde nevoilor angajatorului. Angajatorul a hotărât, pe baza informaţiilor existente în CV şi în scrisoarea de intenţie - eventual pe baza recomandărilor, dacă acestea au fost cerute înaintea interviului -, să îţi ofere ocazia de a arăta, pe viu, care este motivul pentru care eşti cel mai potrivit pentru poziţia respectivă. Nu uita totuşi că interviul poate să fie o confirmare, dar şi o negare a compatibilităţii profilului tău de candidat cu cel al postului scos la concurs. Candidatul perfect nu este aproape niciodată angajatul ideal. Ca atare, angajatorul va căuta să determine, la sfârşitul întrevederii cu tine, dacă tu eşti alesul, dacă tu eşti persoana capabilă să răspundă cât mai multora dintre exigenţele postului. Va încerca să stoarcă totul de la tine, să te cunoască, atât din punct de vedere profesional, cât şi personal, să-ţi testeze limitele, să-ţi identifice şi să-ţi exploateze atuurile. Va încerca să-ţi evalueze caracterul, experienţa de muncă şi experienţa de viaţă, relaţiile, capacitatea de adaptare. Confirmarea supoziţiilor celui care te-a chemat la interviu înseamnă pentru tine ocuparea postului dorit; infirmarea echivalează cu un eşec.

Prezentarea la interviu poate determina stări de anxietate, nelinişti, întrebări. Dar pregătirea în vederea oricărui interviu de angajare este absolut necesară. A şti că nici alţii nu stau mai bine decât tine nu îţi dă vreo siguranţă, aşa că mai degrabă te informezi şi te antrenezi înainte.

Marea problemă pe care eu am identificat-o, ca specialist în consiliere de carieră, mai ales pe piaţa muncii din România, este că, deşi bazele teoretice sunt mult mai accesibile tuturor, de când cu evoluţia internetului, experienţa necesară pentru a participa la un interviu cu şanse de reuşită se face mai degrabă empiric, din propriile încercări, şi nu din ale altuia. Tot mai multe persoane ştiu unde să găsească informaţii despre cum se face CV-ul, despre cum trebuie să arate scrisoarea de intenţie, despre cum să te prezinţi la interviu. Vivat Google! Defineşti termenul de căutare şi s-a rezolvat problema. Dar

experienţa de unde o capeţi? O variantă este să mergi la mai multe interviuri, să faci greşelile normale şi apoi să stai să le analizezi. Dar de ce să analizezi greşelile tale, când poţi să le analizezi pe ale altora? Şi de ce neapărat să le analizezi pe ale altora, când ai putea să le analizezi pe ale tale, într-o ipostază virtuală? N-ar fi mai simplu să te duci la un training, să te pui în pielea personajului (tu, candidat la postul de ce ştii tu să faci mai bine) şi să te antrenezi pentru „marea provocare"?

Ştiu principiul „teoria ca teoria, dar practica ne omoară"; pentru o mai bună înţelegere a celor câtorva povestioare despre **„cum să te prezinţi la interviu"**, e necesară însă o scurtă prezentare teoretică a conceptelor legate de interviul de angajare.

Pleacă de la ideea că fiecare lectură a unui material de tipul acesta, fiecare „eşec" pe care îl ai la un interviu de angajare, fiecare experienţă dobândită în „confruntarea" cu un angajator, fie el fictiv (în cazul unui trainer) sau real (în cazul unui HR manager sau al unui director, patron, angajat), poate să fie baza unui succes viitor, poate să facă diferenţa între „admis" şi „respins" când e vorba de angajare.

În primul rând, voi vorbi despre **tipurile de interviu** definite pe piaţă; trebuie să menţionez că, în funcţie de tipul interviului, strategia care trebuie abordată este diferită, nu în esenţă, ci în detalii.

Un recrutor de la o importantă firmă de recrutare a resurselor umane (nu le dăm numele, din motive de reclamă) spunea, la un moment dat, într-o conferinţă, că pentru fiecare poziţie, de la cele mai puţin importante la cele de top, primeşte zeci şi chiar sute de CV-uri şi de scrisori de intenţie. De aceea, era mai uşor pentru el să facă recrutare pentru Top Management, unde lista de candidaţi este foarte scurtă, chiar dacă responsabilitatea recrutorului este mai mare, decât pentru posturi de middle management sau pentru poziţii de execuţie ale unor companii mari. Pentru că, spunea el, după ce sunt eliminate CV-urile necorespunzătoare (care nu îndeplinesc criteriile minimale – studii, experienţă, diferenţe vizibile între profilul candidatului şi cel al postului oferit, diferenţa de localitate etc.), tot rămâneau numeroase persoane în „lista scurtă". Ca urmare, singura variantă este de a face o preselecţie, este aceea de a apela la **interviul prin telefon**, acesta funcţionând, de asemenea, ca **pre-interviu.** Foarte mulţi candidaţi uită de acest aspect şi, dacă ar fi puşi în situaţia de a fi sunaţi de pe un număr necunoscut şi de a fi întrebaţi despre lucruri legate de cariera lor, nu ar fi capabili să

se detaşeze de locul în care sunt prinşi (în metrou, pe stradă, la o cafea cu prietenii etc.) şi nu ar răspunde corespunzător situaţiei, ratând această etapă, fără să ştie de ce.

Un interviu normal poate să dureze între o jumătate de oră şi o oră, atât timp fiind necesar unui recrutor să îşi facă o impresie despre tine. Niciun recrutor nu va fi extrem de fericit să descopere că, bazându-se exclusiv pe scrisoarea de intenţie şi pe informaţiile din CV, a pierdut timpul programându-te la o întâlnire. Şi atunci logica spune că, decât să te cheme, pierzând şi timpul tău şi pe al lui, mai bine te sună şi verifică multe dintre supoziţiile sale în ceea ce te priveşte. Ca urmare, anumite informaţii despre tine, care fie sunt sub semnul întrebării, fie ţin de zona care poate fi verificată şi la telefon, sunt validate încă de la primul contact audio.

O poveste în acest sens am auzit-o de la o studentă de la Limbi străine, care şi-a depus CV-ul pe unul dintre site-urile de profil din ţară (cu www....jobs.ro, evident), candidând pentru postul de însoţitor de grup, pentru o agenţie de turism din Bucureşti. Pe scurt, descrierea jobului era: *„student în an terminal sau absolvent de facultate, cunoscător de franceză şi italiană, nivel avansat, pentru slujbă part-time – 3-4 ore pe zi – pentru însoţire grupuri de străini în vizite la obiective turistice din Bucureşti; posibile deplasări de 1-3 zile, în special în weekend, în zone turistice din ţară. Constituie avantaj cunoaşterea unei a treia limbi"* Studenta **A.M.** a depus CV-ul, însă în acelaşi timp a depus CV-uri pentru multe alte poziţii: secretară, asistent director, consilier de vânzări etc. – posturi care cereau engleză sau franceză, specializări studiate de ea la Facultatea de Limbi şi Literaturi Străine – cu speranţa că va fi chemată la interviu. Trebuie menţionat faptul că **A.M.** nu avea nicio experienţă de lucru relevantă, nu mai fusese angajată niciodată, singurul avantaj personal era că, pe lângă cele două limbi studiate, engleză şi franceză, ştia italiană şi spaniolă la nivel conversaţional, lucru pe care îl precizase în CV.

Urmarea a fost că, într-o dimineaţă, după vreo săptămână de la depunerea CV-ului, în jurul orei 8.30, când încă dormea pentru că avusese noapte de club înainte, a fost sunată de cineva care s-a recomandat ca fiind Adi, care are numărul de la o cunoştinţă comună, prietena ei, Ioana, care i-a spus că ea, **A.M**., ştie italiană şi că el are un client italian cu care nu se înţelege deloc, care face deja scandal prin firmă, pentru că şeful cu care trebuia să se întâlnească nu a venit şi,

dacă e dispusă, să vorbească un pic cu el să îl lămurească ce vrea persoana respectivă. A.M. a acceptat să îl ajute pe Adi, prietenul Ioanei, deşi nu se lămurise încă cine era Ioana, prietena ei, şi cu atât mai mult Adi. După o conversaţie de circa cinci minute cu un domn care vorbea italiana cu un puternic accent regional, Adi revine, A.M. explicându-i, în rezumat, care erau problemele italianului; Adi îi spune că de fapt a fost un test, ca urmare a CV-ului pe care l-a depus în urmă cu ceva vreme şi că ar dori ca restul discuţiei să se poarte în franceză, cu condiţia ca ea să mai fie interesată de postul respectiv. Evident, discuţia a continuat în franceză, a răspuns şi la câteva întrebări în engleză, despre experienţa sa din timpul facultăţii, despre alte activităţi care au inclus limbile străine, despre pasiunea de a călători şi despre modul în care a ajuns să cunoască italiana şi spaniola.

Din ceea ce mi-a povestit A.M. despre experienţa ei, am identificat caracteristicile unui pre-interviu trecut cu succes, urmat de stabilirea unui interviu faţă în faţă. Date fiind abilităţile ei lingvistice, dar şi calităţile ei de comunicare, A.M. a fost angajată, iniţial part-time şi ulterior full-time.

Scopul trucului la care a apelat primul recrutor, Adi, a fost de a testa, în primul rând, calităţile lingvistice ale studentei; însă nu numai acestea puteau fi testate la telefon. Şi anumite detalii legate de capacitatea de comunicare, experienţa anterioară, motivaţiile, hobbyurile care ar putea avea legătură cu jobul pentru care aplici, cunoştinţele generale legate de domeniul din care face parte acesta, dacă ştii sau nu ceva despre societatea şi comunitatea în care ar trebui să te integrezi sunt aspecte la care vă puteţi aştepta să daţi răspunsuri la un pre-interviu prin telefon. Uneori, acest pre-interviu poate să devină 90% din interviul propriu-zis, ultimul având doar rolul de a pune faţă în faţă actorii şi de a lămuri unele aspecte procedurale.

Dacă eşti în situaţia de a susţine un pre-interviu telefonic, trebuie să ştii deja câteva lucruri:

- **Pre-interviul telefonic este la fel de important ca interviul propriu-zis;**
- Dacă tocmai te-a trezit din somn şi nu eşti persoana care să fie capabilă să comunice informaţiile esenţiale în aceste condiţii, mai bine roagă-l pe cel care sună să revină;
- Dacă eşti la volan sau în tren şi nu poţi vorbi sau nu te poţi concentra suficient asupra subiectului, de asemenea roagă-l să revină

sau să îţi permită ţie să revii, când vei avea cadrul corespunzător; este opţiunea lui să îţi dea numărul de telefon ca să suni tu sau te va suna el ulterior;

■ Dacă eşti într-o altă întâlnire sau dacă îţi dă mâncarea în foc, de asemenea, mai bine amâni convorbirea.

Recrutorul de mai sus nu şi-a început interviul într-o manieră formală, pentru că, evident, intenţia lui era să testeze şi alte zone ale personalităţii subiectului: capacitatea de adaptare la o situaţie nouă, capacitatea de comunicare, nivelul lingvistic etc. Sunt însă şi interviuri telefonice formale, care urmăresc lămurirea anumitor aspecte ale CV-ului, în aşa fel încât să determine chemarea sau nu a candidatului la interviu. Site-ul unei cunoscute universităţi din Anglia recomandă, în astfel de situaţii, să îţi imaginezi că, de fapt, eşti în aceeaşi cameră cu interlocutorul, că îl ai în faţa ta şi că totul decurge ca la un interviu obişnuit; fă toate lucrurile pe care le-ai face dacă discuţia s-ar derula în biroul lui: aşază-te confortabil, relaxează-te, fii energic, manifestă-ţi entuziasmul, accentuează cuvintele.

Tot ca resursă web, se pot identifica întrebările cele mai uzuale, în astfel de cazuri; ca urmare, ne putem imagina cu uşurinţă o conversaţie cu un astfel de interlocutor, sub forma „ascunsă" a unui ghid de conversaţie pentru astfel de situaţii:

„– Bună ziua, sunt dl. X, de la întreprinderea/societatea/instituţia Y. Puteţi vorbi câteva minute?

– V-am sunat ca să vă comunicăm faptul că scrisoarea de intenţie şi CV-ul dvs. pe care ni le-aţi trimis pentru a candida pentru poziţia de ZZZ ne-au trezit interesul.

– Am avea nevoie de câteva precizări asupra unor informaţii pe care scrisoarea dvs. de intenţie şi CV-ul trimise pentru ocuparea postului de ZZZ le cuprind.

– În CV-ul dvs. precizaţi că sunteţi vorbitor de franceză/italiană/spaniolă etc. Pot să vă rog să îmi răspundeţi la câteva întrebări în limba respectivă?

– Am dori să verificăm câteva din informaţiile pe care dvs. le-aţi trecut în CV.

– Cum spuneaţi că se cheamă programele de calculator în care aţi lucrat la cealaltă firmă?

– Câţi ani de experienţă aveţi în domeniul acesta?

– Cunoaşteţi situaţia actuală a întreprinderii /societăţii /instituţiei noastre, faţă de concurenţă?

– Cine v-a spus aceste detalii? De unde le-aţi aflat?

– Cunoaşteţi vreo persoană printre angajaţii întreprinderii /societăţii /instituţiei?

– Cum credeţi că vă va afecta acest lucru?

– De ce vă interesează un astfel de post?

– Vi se pare că postul acesta este potrivit aptitudinilor dvs.?

– Ce anume vă interesează, în primul rând, la angajarea pe acest post?

– Care au fost opiniile prietenilor, când au auzit că doriţi să vă angajaţi la noi?

– Care e cea mai mare provocare pe care o vedeţi în raport cu postul pe care noi îl oferim?

– Spuneţi în CV că aveţi competenţe şi abilităţi sociale /organizatorice /artistice. Daţi-ne un exemplu concret în care aceste abilităţi s-au manifestat.

– Cum v-au ajutat competenţele şi abilităţile sociale /organizatorice /artistice la care faceţi referire în CV la fostul loc de muncă?.

– Aveţi întrebări pe care aţi dori să ni le adresaţi, înainte de a participa la un interviu cu noi?"

Întrebările pe care le-am enumerat mai sus nu sunt, evident, tot ceea ce poate întreba un recrutor la telefon; de aceea este foarte important să ai pregătite anumite răspunsuri, pentru că cele pe care le ştii deja îţi vor da mai mult timp de gândire şi de reacţie.

În ultimă instanţă, telefonul îţi va permite trucul cel mai sigur pentru a câştiga timp de gândire, dacă întrebarea pe care recrutorul ţi-a adresat-o te-a pus în dificultate sau formularea la care te-ai gândit nu e cea mai fericită şi mai avantajoasă pentru tine: *„Mă scuzaţi, vă rog tare mult, nu am înţeles foarte bine întrebarea, s-a întrerupt, puteţi să mai repetaţi încă o dată?"* Trucul ăsta e de preferat să fie păstrat pentru situaţii chiar grele, pentru că repetarea lui de mai multe ori pe parcursul aceleiaşi discuţii nu îţi va aduce beneficiul scontat: fie recrutorul va avea impresia că nu stă de vorbă cu persoana care trebuie, pentru că acea persoană care avea acel CV perfect care îl determinase să sune are de fapt probleme de receptare a mesajelor, fie linia telefonică nu funcţionează la parametri normali şi ar fi bine să închidă.

De obicei, interviul prin telefon se încheie într-o notă amabilă, prin comunicarea deciziei de a fi chemaţi la interviul faţă în faţă sau prin comunicarea unei posibile convocări ulterioare:

„– Vă mulţumim pentru timpul acordat şi pentru informaţiile pe care ni le-aţi pus la dispoziţie. Dacă decizia noastră este să vă acceptăm candidatura, veţi fi informaţi în câteva (două, trei, cinci) zile.

– Vă mulţumim pentru timpul acordat şi pentru informaţiile pe care ni le-aţi pus la dispoziţie, care au fost relevante. Ne-ar plăcea să ne vedem peste două/trei/cinci zile, la sediul nostru din (XZY), pentru a continua discuţia. Vă convine ora (XZY)?"

Evident, dacă primeşti primul tip de enunţ, nu ai ce face decât să aştepţi, dacă îl primeşti pe cel de-al doilea, ar trebui deja să te gândeşti cum răspunzi la unul dintre interviurile care urmează.

Interviul de grup (denumit şi **Interviu Panel**) este acel interviu în care candidatul este confruntat cu o comisie de intervievare; mai mulţi interlocutori, între trei şi cinci (deşi pot să fie şi mai mulţi uneori), reprezentând diferite departamente ale firmei angajatoare, pot interoga candidatul asupra diferitelor aspecte legate de domeniul lor de activitate. După părerea unora, acest tip de interviu este comun în special domeniilor de activitate publice (universitate, autorităţi publice locale şi centrale, unităţi cu acţionariat majoritar de stat etc.); motivaţia ţine, în primul rând, de prevederi legislative, angajarea făcându-se ca urmare a evaluării candidaţilor de către o comisie formată din cel puţin trei membri şi un secretar.

Dar şi în companiile private se apelează deseori la interviuri de grup. Putem vorbi de acele companii din domeniul bancar, corporaţii, firme aparţinând unor lanţuri de retail, supermarketuri, care recrutează un număr mare de personal, la perioade variabile de timp. De asemenea, şansa ca primul tău interviu să fie unul de grup este foarte mare, pentru că acest tip de abordare a recrutării este caracteristic companiilor care doresc să angajeze proaspăt absolvenţi de universitate sau studenţi în ani terminali, pentru stagii de internship plătite. Surpriza constă însă în faptul că nu numai recrutorii sunt mai mulţi, ci şi candidaţii pot fi mai numeroşi. Nu cred că la primul interviu, sau chiar la al patrulea sau al şaptelea, candidatul intră relaxat în sală, cu o cafeluţă şi un biscuit în dotare, îi eclipsează pe toţi ceilalţi şi pleacă victorios cu contractul semnat pe perioadă nedeterminată. Trebuie să te gândeşti că intri într-o sală unde, pe lângă cei trei, cinci, şapte recrutori care au sarcina de a selecta candidaţii ideali, mai sunt şi douăzeci sau treizeci de candidaţi

care vor, de fapt, acelaşi lucru ca şi tine: să plece acasă cu un loc de muncă asigurat. Interviul în grup poate testa o grămadă de abilităţi ale candidatului.

Să luăm pe rând, cele două cazuri de care vorbeam mai sus.

Avem, în prima situaţie, **un grup de recrutori (format din cel puţin trei persoane)** şi **un candidat.** Candidatul va răspunde în faţa unei comisii, fiecare membru al comisiei adresând mai multe întrebări. E posibil ca fiecare membru al respectivei comisii să aibă un rol bine stabilit, să adreseze anumite întrebări, să testeze şi să observe anumite lucruri, interesante din punctul de vedere al angajatorului. Singura problemă pentru tine, candidat, într-un astfel de caz, este că habar nu ai care este rolul fiecăruia şi ce trebuie să scoată ei de la tine.

Am auzit de foarte multe ori, în discuţiile pe care le-am avut cu studenţii şi cu colegi de facultate, că preferă interviul de grup pentru că decizia de angajare este comună şi mai puţin susceptibilă de a fi subiectivă; că decizia în grup nu este influenţată de sentimentele personale (simpatie sau antipatie). Într-adevăr, este un lucru extraordinar, o să merg acasă şi **o să fiu extrem de fericit** că nu am fost respins la interviu pentru că nu m-a plăcut directorul general, cu care m-am întâlnit, ci m-a respins o comisie căreia nu i-a plăcut faptul că aveam cămaşă roşie.

Părerea mea, în astfel de cazuri, este că, dacă va avea de ales între două persoane care, din punct de vedere profesional şi din punct de vedere al compatibilităţii cu postul ce urmează a fi ocupat sunt egale, acea comisie formată din mai multe persoane va hotărî tot pe criterii subiective cine e „ALESUL". Am participat de câteva ori la procese de recrutare, ca membru într-o comisie de angajare; de foarte multe ori, am auzit:

„– Dintre cei doi, l-aş prefera pe X , pentru că mi s-a părut mai ZZZ decât celălalt.

– Cred că Y este mai bun decât X, pentru că YZY.

– Nu mi-a plăcut de Z, vorbeşte ciudat şi nu e atent."

Lăsând la o parte chestiunea subiectivităţii, interviul în grup presupune anumite particularităţi. Voi prezenta mai jos cazuri concrete, unul pe care l-am găsit pe un blog specializat, pe care îl voi adăuga într-o traducere aproximativă, şi unul cu care m-am confruntat personal.

Ca urmare, primul caz, al unui absolvent de studii superioare dintr-o ţară europeană: *„Crezi că ai putea să iei un cocktail cu tine la un interviu şi să pleci cu slujba în buzunar? Ei bine, pentru mine a fost diferenţa dintre anonimat şi a ieşi din mulţime, în cadrul unui interviu în grup. Cum însă toată lumea avea acelaşi scop acolo, lucrul asta nu a fost chiar simplu. Revenind la cocktail şi la experienţa mea într-un interviu de grup: la sfârşitul unui interviu de grup istovitor care a durat vreo şase ore, care a început cu şaizeci de oameni, am fost unul dintre cei cinci care au primit un loc de muncă. Deci: fiecare trebuia să ţină un discurs de trei minute; am decis să spun că pentru mine este ca un cocktail în care amestec toate calificările mele, toate competenţele mele, toate aptitudinile mele şi că acest cocktail are toate atributele necesare pentru a ocupa cu succes postul pentru care candidam.*

De ce cred eu că a funcţionat? Pentru că, evident, discursul a fost memorabil, mai degrabă pentru comparaţia cu cocktailul decât pentru el însuşi; dar a fost, evident, memorabil. ***Dacă nu ieşi în evidenţă în timpul unui interviu în grup, te vei pierde în mulţime.*** *Nu poţi să iei cu tine un cocktail, în timpul unui interviu de grup, aşa că ar trebui să te gândeşti cum ai putea să îi impresionezi pe cei care te intervievează. Am fost totalmente nepregătit pentru următoarea întrebare de calificare adresată de unul dintre membrii comisiei: «Care este culoarea ta preferată şi de ce?» Am răspuns, emoţionat şi dezorientat, încercând să îmi recapăt calmul şi capacitatea de a gândi lucid: «Argintiul. Îmi place extraordinar de tare argintiul. Chiar îmi plac lucrurile strălucitoare.» Mi-am dat seama mai târziu că ar fi trebuit să explic că am avut ceva experienţă în vânzarea de electronice şi asta m-a făcut să îmi placă să am pe lângă mine lucruri argintii sau cromate.*

O altă întrebare care mi-a fost adresată a fost: «Care consideri că este cea mai mare realizare a ta de până acum?» Mi-am dat seama, într-o clipă, că nu e bine să răspund ca cei de dinaintea mea: că am terminat liceul, că am obţinut note mari la matematică, că am intrat printre primii la facultate. Şi am răspuns: «Faptul că încă mai ţin legătura cu prietenii mei din liceu, faptul că ne vedem cel puţin o dată pe săptămână şi că încă ne ajutăm unii pe alţii, când e cazul. Mi-am dat seama că a fost un răspuns potrivit, când unul dintre recrutori mi-a cerut să dau mai multe detalii, să povestesc mai mult despre întâlnirile noastre.“

Analizându-şi prestaţia până la capăt, studentul, să îi spunem John, mai identifică numeroase alte situaţii care l-au avantajat în timpul

interviului pe care l-a susţinut şi l-a câştigat: faptul că, de la un anumit moment încolo, nu a mai avut emoţii pentru că şi-a dat seama că nu-l ajută; faptul că era foarte sigur pe experienţa lui profesională anterioară şi, ca urmare, a avut răspunsuri prompte la orice întrebare; sinceritatea cu care a abordat conversaţiile etc.

Ca set de reguli de aplicat într-o astfel de situaţie, John ne recomandă:

– să profităm de orice ocazie pentru a ieşi în evidenţă din grup, fără a leza pe altcineva;

– să prezinţi de câte ori ai ocazia atuurile tale profesionale şi educaţionale;

– să ne păstrăm calmul;

– să răspundem clar şi concis la orice întrebare adresată, dar fără să ne grăbim (a se vedea răspunsul de mai sus);

– să nu încercăm să „creăm" un personaj eroic din noi, ci să ne prezentăm aşa cum suntem, pentru că recrutorii cu experienţă îşi pot da seama de înşelăciuni şi de falsuri;

– aveţi grijă la interacţiunile cu ceilalţi candidaţi, pentru că şi ele pot fi element de evaluare;

– interviurile în grup pot dura ore întregi; menajaţi-vă forţele, fără însă a vă sustrage de la vreo activitate cerută;

– uneori, interviurile în grup presupun jocuri de rol; prin acestea vi se testează capacitatea de a lucra în echipă şi abilitatea de a rezolva probleme; în astfel de situaţii, trebuie să te implici sincer şi să spui ce crezi;

– dacă decizia spre care se îndreaptă grupul nu este cea pe care o consideraţi oportună, nu vă feriţi să vă manifestaţi opoziţia; faceţi însă acest lucru dând argumente şi oferind soluţii, nu doar prezentând obiecţii;

– amintiţi-vă că uneori se testează capacitatea de muncă în echipă; dacă nu vă integraţi în echipa respectivă, e posibil să pierdeţi interviul;

– jocul de rol poate testa şi capacitatea de lucru sub presiune, precum şi anumite abilităţi native (intuiţia, de exemplu); trebuie deci să exersezi înainte cu nişte prieteni, dacă nu ai făcut când erai mic cursuri de actorie.

Aş adăuga aici că nu prea există reţetă pentru succes, în cazul interviului în grup de tipul celui descris mai sus; mai degrabă succesul este dat de capacitatea de a merge pe sârma subţire care leagă

individualitatea ta creativă de agresivitatea necesară pentru a deveni vizibil. Este linia călăuzitoare care se trasează între capacitatea de a lucra cu alţii şi cea de a acorda ideile unui grup cu ale tale.

Cel de-al doilea caz de interviu în grup pe care îl prezint este al unui fost student de anul I, absolvent acum de Litere. L-am rugat, cu ceva vreme în urmă, să îmi povestească, pentru o broşură de prezentare a facultăţii, cea mai relevantă experienţă pe care a avut-o în cadrul unui interviu de angajare. Am primit o poveste de câteva pagini, pe care o voi comprima, din motive de spaţiu.

Voi rezuma portretul studentului, la momentul în care se susţinea interviul, precum şi unele dintre trăsăturile relevante pentru persoană şi pentru job: C.M. este student în anul I la Facultatea de Litere a Universităţii din Bucureşti. Nu avea experienţă anterioară deosebită şi nici nu se remarcase în vreun domeniu de activitate. Se remarcă totuşi o colaborare lungă cu un radio de provincie, care emitea local în oraşul reşedinţă de judeţ. Cea mai mare realizare fusese un interviu realizat cu solistul unei trupe de muzică foarte renumite din Anglia, aflată în turneu în Bucureşti. Are cunoştinţe medii despre muzică şi candidează pentru postul de redactor la un radio bucureştean, care dorea să se relanseze pe piaţă; relansarea fusese anunţată printr-o campanie de publicitate susţinută şi se dorea împrospătarea grilei de programe şi aducerea de voci noi în eter. Şi acum povestea: *„Am rătăcit ceva vreme pe lângă statuile de la Universitate. Pe de o parte, pentru că nu ştiam sigur care este intrarea şi, pe de alta, pentru că mă reţinea ceva să merg să candidez pentru aşa o slujbă. Nu mă simţeam destul de bun ca să fac trecerea la o slujbă adevărată. Mai lucrasem înainte, ştiam ce-s alea butoane, ştiam ce e aia să te apuci să vorbeşti în microfon şi să nu mai apuci să respiri sau, mai rău, să uiţi brusc ce spuneai, să ţi se rupă şirul gândurilor. Acum, eram chiar nesigur pe mine. Nu mai fusesem la un interviu de felul asta şi aveam nişte emoţii de ziceai că o să fac infarct. Aşteptam, de fapt, să văd pe altcineva care intră şi care apoi iese cu o faţă de învingător; aşteptam confirmarea unuia din exterior care să mă facă să capăt convingerea că e mai bine să plec, pentru că oricum nu am ce căuta acolo. N-am avut noroc. Nu a ieşit nimeni. După vreo oră şi ceva de stat pe trotuar şi învârtit pe loc, cu CV-ul în mână* (nu se făcuse depunere prealabilă a CV-ului), *identific pe încă unul care arăta cam ca mine: cu părul lung, blugi, cămaşă, bocanci uşori, de vară, la trei kilograme unul şi, mai ales, nişte hârtii cam la fel de bine păstrate ca ale mele. Deci, clar, cineva din concurenţă. Mă apropii şi întreb: «Şi tu*

tot la Radio T, pentru interviu?» El, uitându-se ciudat la mine: «Da, tot la Radio T» Şi eu atunci, victorios, pentru că găsisem motivaţie: «Păi să intrăm, atunci.»

Am intrat, am urcat pe nişte scări înguste până undeva în podul clădirii unde erau birourile. Deşi ulterior am mai fost acolo şi totul mi s-a părut normal, atunci mi se părea că e întuneric şi că pică peretele pe mine. A.M. - cum am aflat mai târziu că se numea - cântăreţ cu trupă în spate şi ceva mai multă experienţă, mă împingea înainte, deşi nici el nu părea mai breaz decât mine. Am ajuns sus, ne-am înscris pe listă, erau deja vreo treizeci, dar deja trecuseră peste vreo douăzeci. Cald, transpirasem rău de tot, deşi acum cred că din cauza emoţiei. Am aşteptat încă vreo oră şi jumătate până mi-a venit rândul şi de cel puţin zece ori mi-a venit să fug de acolo. Dar, pe de altă parte, îl cunoşteam deja pe A.M. Făcusem front comun şi îi analizam pe cei care ieşeau. Toţi ni se păreau mai buni ca noi, dar niciunul nu avea curajul să zică «Eu plec». Aşa că am rămas. Am intrat primul, într-o cameră de 3x4 metri maxim, în care erau vreo cinci persoane. M.B. - despre care ştiam foarte multe, dată fiind notorietatea lui, fiind în acelaşi timp patronul radioului şi şeful redacţiei -, N.S. editor-şef, precum şi o doamnă, care ştiu că era acolo cu o treabă, dar despre care nu am aflat ce rol avea. După „bună ziua" de rigoare, M.B. mi-a strâns mâna şi mi-a zis să iau loc, N.S. mi-a întins mâna şi mi-a zâmbit. Eu, ca un gentleman, m-am dus să dau mâna şi cu doamna, ca să nu rămână ea nesalutată; doamna s-a uitat lung la mine, mi-a strâns mâna şi mi-a zis pe voce scăzută şi uşor complice, deşi era clar că o să audă toată lumea din cameră: «Să ştii că, de fapt, doamnele întind mâna prima dată.» Mi s-a urcat, evident, sângele în obraji, m-am fâstâcit, nu mai ştiam ce să fac, când a intervenit M.B. care a întins mâna după CV şi m-a întrebat cu voce blândă, dar evident foarte plictisită: «Şi, ia zi, drăguţă, ştii radio?".

Mi-au pus o grămadă de întrebări pe care nu mi le mai amintesc, în principiu despre cum ajunsesem eu să fac radio acasă, pentru că eram ca hipnotizat. Deşi cei doi vorbeau cu mine şi eu le mai şi răspundeam, nu am reuşit să îmi desprind privirea de la doamna respectivă, care, culmea, nu m-a întrebat nimic. După vreo şapte minute de întrebări, care mie mi s-au părut şapte ore, M.B. m-a expediat uşor: «Du-te şi fă proba de voce, că, altfel, văd că gramatică ştii. Dacă Gigi zice că intri, vii de luni la lucru, dacă nu - ne pare rău.» N-am luat proba de voce, n-am ajuns la radio, dar am avut cu ce să compar toate interviurile pe care le-am dat de atunci încoace. Şi nici A.M. n-a luat interviul. Tot pentru că nu avea voce de radio.

Greşeli pe care C.M. n-ar fi trebuit să le facă:

– să meargă la interviu fără să ştie foarte clar care este profilul postului;

– să îşi manifeste nesiguranţa şi starea de stres exacerbată; o variantă ar fi fost să ceară câteva momente de păsuire, până şi-ar fi revenit, sau să se concentreze asupra persoanei pe care o consideră cea mai favorabilă, fără a neglija cursul normal al dialogului;

– să se concentreze exclusiv asupra unei persoane; a privi în egală măsură pe toţi cei care sunt la masă, concentrându-se cu preponderenţă spre cel care a pus întrebarea, este regulă de bază pentru interviul în grup;

– să îi fie frică şi să intre în sala de interviu dominat de emoţii şi transpirat;

– să se raporteze la un alt candidat; când intri într-un interviu, ceilalţi sunt concurenţii tăi fireşti, şi în niciun caz nu vor să îţi devină aliaţi (diferenţă evidentă faţă de jocul de rol, cu mai mulţi contracandidaţi, unde trebuie să dai totul pentru a ieşi bine echipa, pentru că atunci o să ieşi şi tu bine).

O altă experienţă interesantă e cea care urmează, de asemenea a unui angajat englez: *„Ceea ce urmează e mai mult o «experienţă de interviu» decât o analiză a unui interviu; s-a întâmplat acum câţiva ani, când am fost intervievat pentru o poziţie de formator, de către un grup de trei recrutori. Unul dintre intervievatori stătea direct în faţa mea, să zicem la poziţia orei 12.00, un altul la poziţia 9.00, în stânga mea, şi celălalt la dreapta mea, în poziţia orei 15.00 de pe ceas. Eu eram la mijloc, în centrul cadranului ceasului. Toţi membrii comisiei erau la aproximativ patru metri de mine. A fost clar pentru mine că fiecare dintre ceilalţi doi intervievatori, alţii decât cel cu care vorbeam, lua notiţe, observând şi dând calificative, ca să se asigure, fără îndoială, că limbajul trupului nu era în conflict cu răspunsurile mele. Am menţinut tot timpul contactul vizual cu persoana care îmi vorbea. Mi-au adresat întrebări pe rând. Nu puteam să văd persoana de la ora 15.00, când vorbeam cu persoana de la ora 9.00, dar eram atent şi la persoana de la ora 12.00. Când am fost invitat să stau jos, mi-am dat pe loc seama de psihologia din spatele aşezării locului unde trebuia să se ţină interviul şi nu le-am permis să mă domine. Am primit postul şi am trecut acest interviu la categoria «experienţă de viaţă».*

Este evident că poziţia de formator pentru care candida personajul presupunea o experienţă anterioară fix în genul acesta de evenimente;

ca urmare, recrutorii au găsit o modalitate de a-l scoate din tipar, încercând să controleze situaţia şi să păstreze poziţia de avantaj pe care le-o dădea relaţia cu candidatul.

Rezumând, în interviul panel candidatul este intervievat în faţa unei comisii; acestuia îi sunt adresate mai multe întrebări, din ariile de interes ale fiecăruia; deşi numărul mare de întrebări poate să pară un dezavantaj, în realitate tipul acesta de interviu poate evidenţia complexitatea necesară pentru ocuparea postului dorit.

Nu se poate vorbi de eficienţă sau ineficienţă a acestui tip de interviu, deşi mulţi, inclusiv eu, cu ceva timp în urmă, îl consideram a nu fi varianta optimă; motivul era legat de posibilitatea apariţiei unor confuzii, de inducerea unei stări de agitaţie şi de nervozitate în rândul candidatului/candidaţilor. De fapt, e vorba de scopul pe care şi l-a propus recrutorul când a ales un tip de interviu panel; dacă recrutorii consideră necesar, fiecare candidat va fi întrebat ordonat de fiecare membru de comisie câte ceva, apoi va fi expediat afară, în aşteptarea unui rezultat. Sau unul dintre membrii comisiei va fi chiar agresiv, ajungând să enerveze orice candidat ar avea în faţă, testând capacitatea de adaptare la situaţie, de exemplu.

Alte două tipuri de interviu sunt ilustrate de povestirea următoare: *„La jobul ăsta despre care o să povestesc acum am aplicat fără să îmi acord în sinea mea vreo şansă reală. Primeam oferte de muncă de la câteva site-uri de profil şi le verificam mai mult ca să nu spun că nu o făceam, nu aveam intenţii serioase. Jobul acesta mi-a sărit în ochi din cauza numelui companiei, îi cunoşteam foarte bine produsele. Bună motivaţie, nu? Am trimis CV-ul care, între noi fie vorba, nu era foarte atent prelucrat, însă era foarte detaliat. După cum am mai zis, nu mă aşteptam la cine ştie ce. În mediul meu era foarte populară concepţia potrivit căreia la companiile mari te angajezi numai dacă ai «pile», iar anunţurile sunt postate pentru că aşa cer politicile impuse de afară. Eram deci destul de sigură că postul acela era deja dat, însă m-au sunat şi m-au programat la interviu.*

Îmi aduc aminte şi acum că era după-amiază şi că îmi bătea inima ceva de speriat. Nu mai fusesem la un interviu de multă vreme, nu ştiam la ce să mă aştept, nici măcar nu aveam conturat în minte un plan de discuţii! Am rămas în sinea mea fidelă convingerii «nu ai nicio şansă», aşa că am purces cu emoţii, datorate numelui companiei şi situaţiei în sine. La companie (avea sediul într-o clădire şmecheră de birouri) mă

aştepta o fată atât de simpatică şi plăcută ca prezenţă, încât am şi uitat că am venit acolo cerând un job! Mi-a povestit un pic despre companie, despre cerinţele postului, am povestit şi eu ce făceam şi ce nu făceam la firma la care lucram, am întrebat câte ceva în plus despre companie, despre posibilităţile de avansare în organigramă, despre atmosfera de lucru şi m-am trezit stând de vorbă o oră despre te miri ce. Nu am simţit că sunt la interviu, m-am simţit stând la palavre cu o nouă amică.

Nu-mi este foarte clar acum dacă m-a programat atunci pentru următoarea etapă a recrutării, cea a testării cunoştinţelor, sau m-a sunat la scurt timp pentru asta. Ştiu însă că în momentul în care am fost programată pentru pasul doi, am început să cred că aş putea obţine jobul ala.

Etapa cu testarea cunoştinţelor a fost ceva mai formală, dar nu foarte. Am primit o cafea într-una din ceştile din care o beau şi acum şi îmi aduc aminte că i-am zâmbit colegei care mi-a dat cafeaua (care atunci era foarte sobră - na, mă vedea prima dată!). Am primit foile cu teste de specialitate, un calculator şi o urare de succes. Mi s-a pus la dispoziţie o oră în care să mă desfăşor. După asta am aşteptat să văd dacă şi ce se mai întâmplă. Am primit la câteva zile telefonul care mă anunţa că am trecut testul de cunoştinţe şi că sunt invitată la interviul final, cu directorul economic. Inutil să spun că aproape mă vedeam angajată.

Interviul a decurs frumos, fără stres şi apăsare, fără interogatoriu. M-a surprins înfăţişarea directorului economic, o femeie care arăta, în plină vară, departe de imaginea pe care mi-o făcusem despre genul acesta de poziţie în ierarhii corporatiste. Avea (are încă) o prezenţă foarte feminină, chiar dacă avea totuşi şi ceva din sobrietatea poziţiei pe care o ocupa. Am avut cu ea o discuţie plăcută în care mi s-a spus ce a fost ok şi ce a fost mai puţin ok la testul meu, mi s-a explicat cum decurg procesele în compania respectivă, am fost întrebată dacă din domeniul meu este ceva ce aş prefera să nu fac. Am insistat un pic pe nişte atribuţii pe care le aveam la firma la care lucram şi îmi amintesc că am vorbit foarte mult la persoana întâi plural. Privind în urmă acum, sunt destul de sigură că acesta a fost detaliul care a făcut diferenţa - persoana întâi plural. Nu a fost ceva deliberat, eram cu adevărat implicată sufleteşte şi asta se vedea. Asta mi-a dat «notă de trecere».

Am acceptat postul, pentru că era un uriaş pas înainte pentru mine. De la o afacere mică, de familie, la o multinaţională. Şi, uite, în felul ăsta am devenit corporatistă."

Este vorba, după cum se vede, de **interviul multiplu (interviu în şir)**; una dintre etape este similară **interviului de testare a cunoştinţelor**. După cum reiese şi din povestire, tipul acesta de interviu e caracteristic corporaţiilor. Persoanele care participă la interviu, din partea companiei, sunt mai numeroase, reprezentând compartimente diferite (resurse umane, PR, contabilitate, direcţia economică, directorul general etc.). Întâlnirea are loc în aceeaşi zi sau în zile diferite şi fiecare etapă a interviului are loc sub coordonarea unei alte persoane.

Deoarece dezvoltarea resursei umane şi fidelizarea acesteia e o politică a marilor companii, se testează de cele mai multe ori, pe lângă caracteristicile necesare îndeplinirii cerinţelor prevăzute în fişa postului, şi capacitatea de integrare în grup şi abilităţile de comunicare.

Interviurile de testare a cunoştinţelor nu prea pot fi exersate în prealabil. Teste psihologice, teste de abilităţi matematice, teste de limbi străine se pot găsi pe internet, dar nu ştiu cât ar ajuta un candidat. Acele teste nu spun decât ceea ce e adevărat despre tine, care e situaţia ta în momentul testării. Dacă nu ştii engleza sau nu ai noţiuni de contabilitate sau nu ştii să lucrezi pe calculator, nu cred că ajută să exersezi; mai simplu e să înveţi şi apoi să aplici la o astfel de slujbă.

Scris de Marian Crăciun

CUM ÎMI ALEGI UN TRAINING POTRIVIT?

Voi discuta în acest articol despre cum ar trebui să-ti alegi un training potrivit, mai ales atunci când este vorba despre o alegere individuală. Oriunde navighezi pe internet, vei da peste o sumedenie de traininguri cu diferite teme, diferiţi traineri, diferite locaţii şi diferite preţuri. Într-un articol viitor urmează să prezint despre cum ar trebui să aleagă o companie un training, însă acum ne vom opri la o persoană care doreşte să se perfecţioneze.

Întrucât trainingurile nu au întotdeauna cele mai mici preţuri, sunt convins că îţi doreşti să faci o alegere bună, să consideri că banii daţi au meritat şi că, într-adevăr, trainingul te-a ajutat. Cum noi suntem o companie de training, analizăm concurenţa şi uneori suntem uimiţi de lucrurile care se scriu pe anumite site-uri. În acelaşi timp, culegem şi feedbackul celor care participă la unele traininguri. Nu mică îţi va fi mirarea să observi că ceea ce se scrie pe site-ul de prezentare nu prea are legătură cu ce se întâmplă în training. Întrucât participarea la training nu este un serviciu pe care-l consumi în fiecare zi, pe care-l cunoşti foarte bine, alegerea devine foarte greoaie, pentru că nu cunoşti exact ce cumperi.

Plecând de la această premisă, aş dori să le dau câteva avertismente participanţilor, care au legatură atât cu trainingul în sine, cât şi cu alegerea făcută.

1. Dacă vrei preponderent o acumulare de cunoştinţe, investiţia cea mai potrivită ar fi câteva cărţi bune, nu un training.
2. Dacă vrei dezvoltare durabilă, lucrul intens cu persoana ta, atunci alege coachingul.
3. Trainingul este un instrument ce prezintă o serie de tehnici, responsabilitatea practicării ulterioare revenindu-i participantului.
4. Niciun training nu te face manager la minut, negociator la minut, sau te dezvoltă spunând un abracadabra.
5. Trainingul îţi oferă startul în domeniu, oricare ar fi el, însă, fără un efort ulterior pentru a testa şi a pune în practică cele învăţate, investiţia în training este inutilă.
6. Responsabilitatea pentru cele ce se întâmplă în training îi revine atât trainerului, cât şi participantului; trebuie să fie un open mind şi să ridici probleme pertinente.

7. Dacă ai idei fixe la care nu eşti dispus sub nicio formă să renunţi, scoate-ţi un cunoscut la bere, e mai ieftin, nu trebuie să mergi la un training să plăteşti o taxă de participare şi să chinui 20 de oameni.

8. Ai grijă la ce te aştepţi de la un training, pentru că s-ar putea să se împlinească. Dacă participi la un training plecând de la premisa că nu vei învăţa nimic, nu mică să-ţi fie surprinderea că aşa se va întâmpla. Acest lucru se datorează poziţiei mentale pesimiste, care nu dă voie unei procesării autentice a ceea ce se întâmplă la un training.

9. Trainingul oferă un cadru limitat, un laborator în care sunt prezentate idei, testate tehnici şi dezvoltate abilităţi, având limitele lui - este un laborator.

10. Participantul are acces la un volum mic de informaţie teoretică în stare brută, în mare parte trainingul se bazează pe aplicaţii practice; pentru mai multă informaţie brută se recomandă bibliografie (cel puţin aşa ar trebui să fie, însă acum nu garantez că toate companiile fac aşa)

11. Aşteaptă-te să înveţi ceva practic! Dacă nu este aşa, trage-l pe trainer de urechi în timpul trainingului.

12. Este de dorit ca participantul să fie deschis la nou, însă aşteaptă-te să găseşti în training o persoană care va face „opoziţie" permanentă la ceea ce spune trainerul, la ceea ce spui tu sau la ceea ce spun ceilalţi participanţi. Acceptă-l, dar în acelaşi timp canalizează-te asupra obiectivelor tale de învăţare. Nu are rost să îţi pierzi timpul.

13. Trebuie să înţelegi că oamenii vin la un training să se perfecţioneze, nu să-i perfecţioneze pe ceilalţi participanţi sau pe trainer. Dacă este aşa, încearcă o carieră de trainer sau de profesor.

Avertismentele pot continua. Este drept, poate am exagerat puţin, însă nu strică niciodată să fii puţin prevăzător şi să fii într-adevăr conştient de ceea ce poate oferi un training şi ce nu. Este ca şi cum ţi-ai cumpăra o maşină şi te-ai aştepta să nu fie nevoie să o conduci. La fel şi în training, ţi se oferă maşina, ţi se dau instrucţiunile de folosire, se face şcoala de şoferi cu tine, apoi maşina te va duce la destinaţie doar dacă ştii să o conduci şi dacă ai învăţat suficient de bine. Este drept, îţi poţi lua şofer; atunci mai bine trimiţi şoferul la training J Glumeam!

Trecând mai departe de aceste argumente, sunt 5 lucruri de care trebuie să ţii cont atunci când îţi alegi un furnizor de training:

1. Tematica pusă în discuţie; îţi recomand să o citeşti şi să vezi dacă într-adevăr îţi este folositoare

2. Vechimea companiei poate fi de asemenea un indicator al nivelului.

3. Trainerul care va prezenta. Cine este? Ce-a mai făcut înainte? Este la prima experienţă? A mai ţinut traininguri? Încercă un search pe Google cu numele trainerului.

4. Află ce spun clienţii companiei, de pe site-ul lor, de pe forumuri sau de la cunoscuţi.

5. Un search pe Google cu numele companiei nu strică. Observă care este vizibilitatea companiei, care îi sunt partenerii; e posibil ca un marketing bun al companiei să fie un indicator al serviciilor.

Aceste 5 motive de mai sus sunt cumulative şi interdependente. Cu cât aveţi mai multe informaţii despre fiecare dintre punctele de mai sus, cu atât puteţi lua o decizie într-adevăr în cunoştinţă de cauză.

Scris de Marian Rujoiu

DESPRE RECUNOAŞTEREA DIPLOMELOR ŞI CÂT DE MULT TE AJUTĂ UN TRAINING?

Trainingul este o formă de pregătire la care apelează tot mai mult persoane în ultima vreme? De ce se întâmplă acest lucru? Merită să mergi la un training? Ce training trebuie să-ţi alegi? De cine sunt recunoscute diplomele?

Este o certitudine faptul că educaţia formală acoperă doar o parte din pregătirea necesară unui individ cu ambiţii. Pentru a reuşi într-adevăr, trebui să începi să investeşti în tine, mai exact trebuie să investeşti în dezvoltarea ta personală, să-ţi testezi capacităţile şi să-ţi dezvolţi abilităţile practice!

Un training de calitate, bine pregătit, oferă cursanţilor posibilitatea de a acumula cunoştinţe practice pe domenii specifice într-un timp foarte scurt, oferă posibilitatea de a interacţiona şi socializa şi constituie totodată un cadru în care îşi pot testa şi exersa abilităţile.

O să fiu sincer cu dumneavoastră. Vânătoarea de diplome nu este o soluţie pentru cei care vor să aibă o carieră de succes. Angajatorii aruncă o privire pe lista de diplome a celor dornici de a se angaja, însă contează în primul rând ceea ce ştii să faci. Astfel la întrebarea „Ce ştii sa faci?" mulţi încep să ridice din umeri. Soluţia este aceea de a ne concentra pe anumite domenii şi de a ne dezvolta capacităţile. Revenind la problema diplomelor, acestea sunt un început, demonstrează pentru un angajator intenţionalitatea aplicantului de a se dezvolta într-un domeniu sau altul. Pentru a avea un job bun, pentru a putea promova mai apoi, trebuie să investeşti în dezvoltarea ta.

Sunt traininguri organizate de instituţii publice care sunt fără taxa de participare; costurile sunt suportate de instituţiile publice (ex: ASS, ANSIT, ANT) iar cele organizate de instituţii private pleacă de la 30 de euro până la câteva sute de euro, în funcţie de companie, unele ajungând chiar la câteva mii. De exemplu trainingurile organizate de noi costă în medie 60 de euro.

Cât valorează diplomele mele?

De regulă, sunt două versiuni atunci când vine vorba de recunoaşterea diplomelor. Prima dintre ele ar fi că nu contează decât

diplomele eliberate sub egida Ministerului Educaţiei şi Cercetării (diplomele eliberate de universităţi sau cele în colaborare cu Consiliul Naţional de de Formare Profesională a Adulţilor). A doua versiune este aceea care spune că orice diplomă contează.

Ambele viziuni de mai sus suportă de o anumită deficienţă şi anume: cine nu recunoaşte aceste diplome sau cinele le recunoaşte? Acest termen de „recunoscut" sau nu din păcate nu face o referire la situaţia practică a unei diplome.

O diplomă o trecem într-un CV, iar despre recunoaşterea sau nerecunoaşterea acesteia se poate vorbi doar într-un singur moment: la ANGAJARE sau la PROMOVARE. Prin urmare, a discuta de recunoaşterea sau nerecunoaşterea unei diplome înseamnă a pune problema în termeni greşiţi. Este drept că de această formulă uzitează mai ales instituţiile publice, întrucât este singurul lucru pe care-l au pentru că de regulă le lipseşte calitatea (sunt şi excepţii, desigur).

Răspunsul corect privind recunoaşterea este unul foarte simplu**: o diplomă demonstrează INTENŢIA ta de a te perfecţiona din punct de vedere profesional şi personal**. Diploma nu certifică nici că ştii, dar nici că nu ştii! O să exemplific acest lucru atât din perspectiva mediului public, cât şi a celui privat.

În mediul privat, un CV bun (cu multe diplome) te poate ajuta să ajungi mai repede în faţa potenţialului angajator. Cel mai probabil acesta va concluziona că eşti o persoană preocupată de dezvoltarea ta personală şi profesională. Marea valoare şi recunoaştere a diplomelor se opreşte însă când ai ajuns la un interviu, când te trezeşti cu cel puţin una din următoarele două întrebări:

1. Ce ştii să faci?
2. Ce ai învăţat la acest training, care figurează în CV-ul tău?

O să observaţi anumite anunţuri care solicită posesori de CV-uri care au absolvit o anumită facultate. Credeţi că acea companie va angaja toate persoanele venite cu acele CV-uri? Ştim cu toţii că nu! Norocoşi sunt aceia care demonstrează că nu au făcut acea facultate degeaba, ci au anumite cunoştinţe sau abilităţi necesare angajatorului. În concluzie, diplomele sau participările te ajută să ajungi la angajator, însă diplomele nu te şi angajează.

În mediul public, participarea ta la anumite cursuri sau traininguri este de regulă punctată la activităţi extracurriculare sau la programe de pregătire prestate de alţi furnizori, cum numesc ei.

Prin urmare, dragi cursanţi, luaţi în considerare înainte de a participa la un training întrebarea: cât vă ajută trainingul respectiv. Dacă veţi considera că investiţia merită, mergeţi şi urmaţi acel training.

Să alegi un training cerificat de MEC sau nu?

La această întrebare voi răspunde din experienţa companiei Extreme Training. În momentul de faţă avem acreditatrea CNFPA (Consiliul Naţional de Formare Profesională a Adulţilor). Vă spun sincer că nu mă interesează să uzitez de acest lucru. Acest fenomen se întâmplă deoarece desfăşurarea unui training autorizat CNFPA înseamnă îndeplinirea unor condiţii fixate de mediul public - nu mai vreau să vorbesc de vârsta celor care fac evaluările. O „colaborare cu CNFPA" înseamnă să am traininguri de minim 72 de ore şi o programă care trebuie să fie autorizată de ei, plus taxe peste taxe şi hârtii peste hârtii. Astfel că mi s-a părut mult mai simplu să las sistemul public cu tot cu certificările lui şi să ofer calitate, să ofer ceea ce piaţa muncii are nevoie. Acesta e singurul lucru de care ţin cont, anume părerea cursanţilor şi a mediului privat despre cursurile noastre. Părerea personală este că aceste acreditări duc doar spre rigidizarea programei şi taxe în plus, nimic mai mult. Răspunsul ferm este: Alege calitatea!

Concluzii cheie

1. O diplomă sau un certificat atestă dorinţa ta de a te perfecţiona!
2. Dacă ai un teanc de diplome nu înseamnă neapărat că eşti o valoare!
3. Un număr ridicat de diplome te poate ajuta să ajungi mai repede la un angajator!
4. La un training nu trebuie să mergi pentru o diplomă, ci pentru a te dezvolta personal şi profesional!
5. Alege trainingurile în conformitate cu obiectivele tale de dezvoltare!
6. Alege furnizorul în funcţie de CALITATE!
7. Participarea la anumite cursuri sau traininguri NU este un COST, ci o investiţie durabilă în dezvoltarea ta!

Scris de Marian Rujoiu

CE CAUTĂ DE FAPT ANGAJATORII?

Sunt foarte multe anunţuri în care se caută persoane dinamice, perseverente, cu bune abilităţi de comunicare etc. Indiferent de profilul jobului, compania urmărește înainte de toate profitul. Cât ar suna de urât, la un nivel mai mic și angajatul dorește același lucru: să facă profit pentru a-și satisface nevoile sau dorinţele sale!

Am scris articole legate de lucruri specifice referitoare la modul în care ar trebui să te porţi la un interviu, ce ar trebui să spui sau să nu spui în faţa unui angajator la un interviu. Cu acest articol vreau să merg puţin mai în profunzime. La un moment dat, chiar am primit o serie de întrebări de la un cotidian privind modul în care poţi deveni de neînlocuit la un loc de muncă.

La un anumit nivel lucrurile se intersectează. Înainte de a merge la orice interviu trebuie să fii capabil să răspunzi la patru întrebări fundamentale foarte simple:

1. În ce fel consideri că ceea ce știi să faci poate conduce la creșterea numărului de clienți al companiei?

2. În ce fel consideri că prin angajarea ta compania va reuși să menţină actualii clienți?

3. Cât consideri că ar putea crește productivitatea companiei prin angajarea ta?

4. În ce fel angajarea ta poate ajuta compania să economisească bani?

Sunt patru întrebări simple. Însă în același timp sunt puternice pentru că sunt profund legate de realitatea practică. Având în minte răspunsurile la aceste întrebări, orice angajare sau menţinere a unui loc de muncă va deveni mult mai ușoară!

Într-un anumit fel și angajatorul este tot un angajat, al statului însă! La fel ca și angajatul, are de plătit anumite taxe, are anumite cheltuieli fixe și anumite cheltuieli variabile! Profitul este ţinta iniţială atât a companiilor, cât și a indivizilor! Vine apoi și dorinţa de dezvoltare sau dorința de a ajuta comunitatea, însă numai după ce ţinta iniţială (profitul) este îndeplinită.

Dacă nu poţi avea răspunsuri precise la cele patru întrebări de mai sus, angajarea ta va fi dificilă. Nu la fel de dificilă va fi înlocuirea ta, dacă nu ai răspunsuri clare la întrebările de mai sus. Chiar și după ce vei fi angajat va fi necesar să-ţi revizuiești abilitățile și atitudinea astfel încât răspunsurile tale la cele patru întrebări de mai sus să fie unele pertinente.

Am o întrebare: tu, ca angajat, ai plăti ratele unei mașini care nu-ţi aparţine, de exemplu? Cu siguranţă că nu, probabil ar fi un semn al nebuniei să preiei cheltuieli ale unor terţi cu care nu ai nicio legătură! Mergând mai departe, la fel și o companie va încerca să aibă acele cheltuieli care se pot dovedi a fi investiţii! Într-un fel sau altul, cheltuielile curente trebuie să fie în legătură directă cu plusul valoare care se poate reflecta în serviciile aduse clienţilor.

Cele patru întrebări sunt o provocare! Poţi alege să le ignori! Este cea mai simplă și mai comodă variantă, să nu fii însă surprins că la un moment dat nu o să-ţi mai găsești un job sau că ești dat afară de la actualul job fără să înțelegi de ce. Un job înseamnă mai mult decât un timp de lucru, înseamnă un plus valoare pe care-l poţi aduce.

Aducând acest plus valoare, și nu mă refer la a sta peste program, ci la a găsi căi strălucite de a face mai bine anumite lucruri astfel încât să se poată cuantifica în cifre rezultatul muncii tale, este o provocare pe care o poţi accepta sau nu!

Abilităţile tale și atitudinea ta pot fi valoroase numai dacă sunt în legătură directă cu răspunsul la cele patru întrebări pe care le reiau mai jos:

1. În ce fel consideri că ceea ce știi să faci poate conduce la creșterea numărului de clienţi al companiei?

2. În ce fel consideri că prin angajarea ta compania va reuși să menţină actualii clienţi?

3. Cât consideri că ar putea crește productivitatea companiei prin angajarea ta?

4. În ce fel angajarea ta poate ajuta compania să economisească bani?

Știu că nu este un articol comod, sper însă să-și dovedească utilitatea în activitatea fiecărei persoane care îl citește!

Atunci când vei merge la un interviu și vei fi întrebat diferite lucruri, să ai în minte răspunsurile de mai sus. Degeaba ești o persoană inteligentă dacă nu corelezi inteligenţa ta cu răspusurile la cele 4 întrebări! La fel și pentru a-ţi păstra un loc de muncă sau a promova, nu-i de ajuns să depui efort maxim sau să stai peste program, ci înainte de toate trebuie să corelezi activităţile tale cu răspunsurile la cele patru întrebări. Cu cât vei avea răspusuri mai precise pe care le poţi aplica, cu atât vei fi mai căutat!

Scris de Marian Rujoiu

7 SFATURI - CUM POATE FI DEZVOLTATĂ O RELAȚIE POZITIVĂ CU ȘEFUL?

Relaţia pozitivă cu șeful poate fi un plus, pe termen scurt, mediu și lung. Poţi beneficia de măriri de salariu, promovări și - de ce nu? - de o atitudine prietenoasă din partea acestuia. Dacă ar fi să vorbim de o diferenţă între șefii din mediul privat și cei care aparţin de stat, acestea sunt foarte mari.

În sectorul public, problema reclamată de marea majoritate a angajaţilor este „neprofesionalismul șefilor", în sensul că se poate dezvolta o atitudine pozitivă cu acesta dacă îl perii și îi spui în fiecare zi ce frumos și deștept este. Aceasta este o cale. Depinde de fiecare în ce măsură poate face sau nu acest compromis. În opinia mea există și excepţii, astfel că sper să vă fie utile sfaturile de mai jos.

1. Adaptare, adaptare și iar adaptare!

În mediul privat, în relaţia cu șeful cel mai important aspect, pe care-l poţi îmbunătăţi rapid, este **adaptarea la stilul lui de lucru**. Dacă șeful vrea rezultate fără detalii, dă-i rezultate și nu-l mai omorî cu detalii. Dacă șeful tău vrea să fie la curent cu fiecare pas pe care vrei să-l faci, ţine-l la curent permanent. Poate ai un șef care este axat pe proceduri, atunci trebuie să te adaptezi, cel puţin pe termen mediu. Dacă ai un șef care iniţiază permanent și este în căutare de noi opţiuni în permanenţă, oferă-i și tu opţiune tale etc. Adaptarea la stilul șefului îţi asigură climatul pentru ca rezultatele tale să fie apreciate, îţi asigură intrarea pe aceeași lungime de undă.

2. Folosește secretele comunicării verbale și nonverbale!

În plus, mai poţi apela la câteva tips&triks din domeniul nonverbalului și paraverbalului cum ar fi: *încearcă să iei poziţii similare cu el, încearcă să vorbești cu aceeași viteză cu care vorbește el, chiar să folosești același ton*. Mai mult de atât, încearcă să-ţi dai seama care sunt **valorile șefului** (onestitate, eficienţă, randament, comunicare, recunoaștere etc.) și atunci vei avea cheia către sufletul lui.

3. Respectă linia respectului!

Șeful, fie că recunoaște sau nu, în primul rând își dorește ***respect din partea angajaţilor***. Astfel că, oricât de prieten ţi s-ar părea că ești cu șeful tău, ia în serios sarcinile care ţi se dau și du-le cu responsabilitate la îndeplinire, altfel este posibil să te trezești concediat

subit, chiar dacă aveai impresia că vă înţelegeţi foarte bine. Practic, nu trebuie să exagerezi dacă șeful îţi întinde o mână prietenoasă. Și la nivel de comunicare, din nou, ofer aceeași sugestie, anume să te adaptezi la stilul lui preferat de comunicare (faţă în faţă, e-mail, rapoarte scrise etc.)

4. Comunică la timp problemele!

Informarea șefului că nu am putea îndeplini un proiect la timp reprezintă o slăbiciune, în măsura în care informarea este făcută în ultima clipă. **Dacă simţi că nu poţi duce la îndeplinire un proiect, avertizează din timp, spune care este stadiul și spune-i de ce timp ai mai avea nevoie.** Sau, atunci când te blochezi într-un punct, nu aștepta să vină termenul de predare ca să-i transmiţi acest lucru. Informează-l cât de repede și cere-i ajutorul. În mod normal, un șef apreciază onestitatea bine intenționată, însă cu siguranţă nu va aprecia că i-ai ascuns zile în șir că ești blocat în proiect.

5. Dă-i veștile „rele" din lateralul lui!

Totuși, dacă ești nevoit să dai o **veste bună** șefului, poţi să stai ***poziţionat în faţa lui***, însă dacă îi dai o **veste mai puţin bună**, dă-i vestea stând puţin în ***lateralul lui***, astfel încât să nu rămână cu vestea proastă și cu imaginea ta laolaltă în mintea lui. Lasă-l să privească încotro își dorește, numai la tine nu.

6. Fii conștient că nu-i poţi schimba mentalitatea!

Sfaturile oferite ar trebui să funcţioneze în cazul majorităţii șefilor, fie ei din sectorul public sau privat. Totuși, sunt șefi care nu au abilităţi manageriale și **se poate dovedi o muncă de Sisif încercarea de a-i schimba mentalitatea, astfel că trebuie să alegi: ori te adaptezi stilului de lucru al șefului, ori îţi cauţi un alt loc de muncă, ori aștepţi să se schimbe șeful.** Sunt anumiți șefi care nu răspund pozitiv indiferent de ce ai face. De regulă, acești șefi au carenţe manageriale, astfel că mulţi oameni au hotărât chiar să-și deschidă o afacere sau să-și caute rapid un alt loc de muncă când au avut de-a face cu asemenea șefi! Dacă ești cumva în această categorie, iar „norocul" ţi-a scos în cale un șef cu slabe abilităţi manageriale și de leadership, cel mai rău lucru pe care-l poţi face este să te victimizezi.

7. Alege să te adaptezi și să te perfecţionezi!

Fiecare om este ceea ce este datorită alegerilor pe care le face, astfel că **primul sfat pe care-l dau este să încerci să te adaptezi**, este

una din condiţiile economiei de piaţă până la urmă. Dacă-ţi propui, cu siguranţă vei reuși. Dacă ești interesat să dezvolţi o comunicare mai bună poţi să urmezi cursuri de comunicare, limbaj nonverbal sau negociere. În plus, poţi alege să te perfecţionezi în domeniul în care activezi fie prin participarea la cursuri, fie prin studiu individual.

Îndiferent de ce alegi să faci, alege să te dezvolţi personal și profesional pentru că aceste lucruri vor rămâne pentru totdeauna, indiferent de șefi sau subalterni. Cheia în a te înţelege mai bine cu șeful sau șefa ta este să te adaptezi stilului de lucru! Dacă nu te poţi adapta sau dacă nu merită și consideri că adaptarea ta ar fi de fapt o umilire, caută-ţi un alt șef, victimizarea nefiind o soluţie, pentru că nu conduce la nimic bun!

Scris de Marian Rujoiu

5 SFATURI - CUM POȚI AVEA REZULTATE STRĂLUCITE CA FREELANCER?

Există o bucurie în orice statut ţi-ai alege: angajat, freelancer, șomer, investitor sau antreprenor. Acest articol face parte din acest pentagon al rolurilor urmând ca în cazul de faţă să mă ocup de statutul de freelancer!

Ce este freelancerul?

Freelancer, așa cum termenul o spune, nu este angajatul nimănui, dar nu are niciun angajat! Freelancerii de obicei sunt persoane pricepute într-un domeniu care au ajuns în această situaţie fie datorită unei conjuncturi, fie datorită unei alegeri conștiente. Freelancerul poate fi un trainer, un grafician, un expert IT, un instalator, un pictor, un cameraman, un fotograf, un copywriter, un consultant în management, un traducător etc. Aproape orice meserie se poate preta acestui statut, nu însă neapărat cu rezultate. Voi răspunde în acest articol la trei întrebări:

1. Care sunt avantajele faptului de a fi freelancer?
2. Care sunt dezavantajele acestui statut?
3. Cum putem avea rezultate strălucite activând ca freelanceri?

1. Care sunt avantajele faptului de a fi freelancer?

Freelancerul este propriul său stăpân! Multe persoane au ales acest statut și nu renunţă la el ușor. Sunt chiar mândri că au făcut această alegere! Fie că ești sau te gândești să devii freelancer, este bine să cunoști atât avantajele, cât și dezavantajele acestui mod de a fi! Începem, așadar, cu avantajele:

a) A fi freelancer este un mod de viaţă

A fi freelancer presupune o alegere care te-ar putea face fericit. Nu ai șef, nu ai angajaţi! Ești liber de contract! Nu stai cu stresul plătirii unor salarii, nici nu trebuie să dai socoteală în faţa șefilor sau colegilor. Ai un domeniu în care ești specializat și-ţi poţi impune propriul ritm, confortabil ţie!

b) Freelancerul este independent

Exceptând eventuale contracte în care este angrenat, freelancerul are posibilitatea să-și creeze propriul program. El hotărăște căror clienţi

se adresează, el își alege domeniul de expertiză. Probabil, din anumite considerente, un freelancer este mult mai independent decât o persoană care conduce o afacere! Își poate fixa concediile și poate munci doar două sau trei luni pe an! În rest se poate ocupa de pasiunile lui, de familie, de dezvoltare personală sau orice are chef.

c) Freelancerul se adaptează ușor

Dacă atunci când conduci o companie procesul de adaptare la schimbare este mult mai greoi întrucât include procese, oameni și resurse, în cazul freelancerului procesul de adaptare este unul rapid, cu posibile rezultate imediate. El poate decide în orice moment să-și schimbe strategia sau să aleagă noi domenii de specializare! Din acest punct de vedere, el poate fi preferabil companiilor care oferă servicii similare!

d) Freelancerul învaţă mult și inovează ușor

Cel puţin teoretic, un freelancer bun are ocazia de a interacţiona cu oameni și companii diferite. În acest fel el asimilează o experienţă și o expertiză pe care le poate multiplica sau replica foarte ușor în cazul viitorilor clienţi. Această situaţie permiţându-i să fie mult mai flexibil și mai inovator, poate avea rezultate strălucite.

e) Freelancerul și-a asumat responsabilitatea propriilor rezultate

Ca freelancer dispare discuţia că șeful te plătește prea puţin sau că plătești angajaţii prea mult. Având acest statut vei fi plătit exact pentru munca pe care o depui, nici mai mult nici mai puţin! Freelancerul va putea să-și fixeze singur tarifele și să le crească sau să le scadă după bunul plac, evident ţinând cont de piaţa muncii.

2. Care sunt dezavantajele acestui statut?

Acest statut este frumos, trebuie însă să fim corecţi și să vedem și dezavantajele acestuia. Nu putem spune că sunt multe sau puţine, însă la fel ca și în cazul celorlalte colţuri ale pentagonului este bine să cunoaștem aceste dezavantaje pentru a le putea contracara mai ușor!

a) Omul bun la toate

Ca freelancer, fie că-ţi place sau nu, trebuie să preiei cam toate rolurile existente într-o companie: portar, secretară, casier, finanţist,

agent vânzări, reprezentant marketing, reprezentant PR, dactilograf etc. + meseria ta de bază. Aceste lucruri la un moment dat te pot ține în loc de la a-ți face bine treaba. Poate deveni obositor și uneori neplăcut.

b) Lipsă de venituri constante

Sunt și cazuri fericite în care poţi avea o constanţă în venituri, însă de cele mai multe ori nu vei avea parte de o asemenea plăcere. Ar trebui să fii salariat pentru a avea venituri constante. Facturile tale te pot presa uneori, ajungând chiar să lucrezi pe tarife mici sub presiunea plăţii facturilor!

c) Muncă multă

Ca freelancer va trebuie să muncești mai mult, în ciuda aparenţelor! Acest punct se leagă de primul dezavantaj și anume de volumul de munci administrative pe care va trebui să-l depui în cazul în care vrei să-ți crești veniturile.

d) Marginalizare

Nu este o situaţie permanentă, însă este foarte posibilă. O companie de obicei lucrează cu freelanceri pe termen scurt. Pe termen lung ideea de freelancer nu le sugerează seriozitate. Ei preferă o companie care să le livreze serviciile respective. De obicei, o companie are o credibilitate mai mare decât un freelancer, însă, repet, nu este valabil în toate cazurile. De exemplu, dacă ești trainer freelancer, o companie va apela la tine doar atunci când nu are altă variantă. Companiile vor prefera fie să angajeze, fie să lucreze cu colaboratori dedicaţi lor, și nu freelanceri care lucrează și cu concurenţa. Prin urmare, poţi fi un freelancer bun, însă dat la o parte din considerentele enunţate mai sus.

e) Lipsă suport și expertiză extinsă

Ca freelencer va fi foarte greu să obţii suport de la terţi. Te poţi baza eventual pe prieteni, însă cu măsură. De exemplu, atunci când ești angajat poate prelua un coleg de-al tău anumite sarcini sau te poate ajuta. Te poţi sfătui cu ei și cu șeful și vă puteţi sprijini reciproc. Puteţi pune resursele și cunoștințele în comun și lucrurile devin mai simple. Freelancerul nu beneficiază de acest suport. Totodată, beneficiind de o expertiză restrânsă poţi pierde clienţi. Un client poate are nevoie de a, b, c, d și e. Este greu ca o persoană să fie cu adevărat expertă în toate, astfel că o companie va apela la o altă companie care-i poate livra la

pachet întreaga gamă de servicii. Uneori poate e nevoie de un singur lucru, însă în același timp în orașe diferite. Va fi greu pentru un freelancer să se cloneze, astfel că se va vedea în imposibilitatea de a da curs solicitării clientului.

Am răspuns primelor două întrebări, și anume care sunt avantajele și dezavantajele acestui statut. Poate fi frumos atâta timp cât freelancerul își asumă prețul plătit. Poţi invidia un freelancer pentru avantajele pe care le are. A fi freelancer poate reprezenta o bucurie nemărginită dacă vei putea să contracarezi din dezavantaje. Freelancerul își poate trăi viaţa din plin și, cu puțină măiestrie, poate primi bani mulți făcând ceea ce-i place.

3. Trecând la a treia întrebare, și anume **„cum putem avea rezultate strălucite ca freelanceri?”,** se conturează mai multe direcţii utile. Poți să le consideri sfaturi, urmând să le alegi pe acelea care sunt mai potrivite situaţiei și nevoilor tale. Vreau să îți amintești că freelancerul se poate bucura de munca pe care o face și poate avea rezultate remarcabile!

Sfatul 1: Alege-ţi un domeniu precis de expertiză! Un freelancer bun va fi căutat doar dacă reușește să răspundă unei nevoie precise. Asigură-te că ești bun în ceea ce faci, învaţă permanent și dezvoltă-te. Ca freelancer mediocritatea nu există. Poţi să reziști doar făcând excelent ceea ce te pricepi cel mai bine!

Sfatul 2: Construiește-ţi un personal branding de invidiat! Fă-ţi un blog, comunică cu oamenii, participă la întruniri ca invitat sau ca speaker, scrie articole sau chiar cărţi pe domeniul tău. Caută căi pentru a fi invitat în emisiuni TV sau radio.

Sfatul 3: Identifică precis cine sunt clienţii tăi și încearcă să te promovezi în primul rând în mediul acestora! Nu-ți permiți să investești timp și bani pentru o notorietate în rândul oamenilor care nu reprezintă piaţa ta ţintă. Nișează și du-te direct către ei. Poţi rezista având un marketing extrem de precis și extrem de eficient. Clienţii tăi probabil au cluburi, asociaţii, merg la anumite evenimente sau poate sunt grupaţi în reţelele online precum Facebook sau Linkedin. Ca strategie, primul lucru (1) ascultă-I exact să vezi care este situaţia, apoi (2) apreciază-I, (3) discută cu ei și (4) vino cu un plus valoare întotdeauna

și, cel mai important, (5) oferă resurse, soluţii și suport! Dacă nu poţi aduce un plus valoare pe domeniul tău în discuţii, mai bine te lași de meserie. Această schemă este valabilă şi în cadrul întâlnirilor deschise, pe blogul tău sau în reţelele online! Pașii trebuie urmaţi în ordinea enunţată!

Sfatul 4: Evită capcana expertizelor multiple! Vei pierde din valoare dacă vei încerca să răspunzi nevoilor clienţilor asemenea unei firme. Nu vei putea să faci excelent acel lucru! Nu vei putea fi niciodată un mecanic strălucit, un trainer bun și un designer de excepţie. Alegând o abordare multiplă, clienţilor le va fi greu să te găsească. Trebuie să fie un singur domeniu și un singur cuvânt care să te reprezinte. Dacă ești solicitat pe mai multe domenii unde nu excelezi, mai bine refuzi, este singura cale de a-ţi păstra brandul intact. Dacă nu faci faţă problemelor administrative, poţi să-ţi iei un secretar care să te ajute, dar nu mai mult. Dacă ai o reţea de clienţi pe care crezi că o poţi valorifica eficient, poate ar fi mai bine să demarezi o afacere și să te înconjori de oameni cel puţin la fel de buni ca și tine.

Sfatul 5: Fii serios! Poate cumva se subînţelege din sfaturile de mai sus, însă am vrut să fiu precis aducând în discuţie acest aspect separat. Faptul că nu ai șefi sau angajaţi în faţa cărora să dai socoteală înseamnă că ai clienţi! Rezişti doar dacă ești serios și se pot baza pe tine. Fă întotdeauna ce-ai promis că faci, nu promite mai mult decât poţi, nu fă rabat de la calitate, mergi la întâlniri la orele stabilite, dă ce-i mai bun din tine fără să ai reţinerea că e prea mult sau nu merită! Fiecare client este unic, respectă-l și respectă-i nevoile. Fii discret și nu povesti altor clienţi sau cunoscuţi problemele pe care le-ai găsit în firma X sau Y. Poţi problematiza fără să nominalizezi. Nu deveni arogant, judecă mai puţin clienţii și, dacă poţi, ajută-i. Nu intra în concurenţă cu alţi freelanceri, intră în primul rând în concurenţă cu tine și încearcă să te autodepășești de fiecare dată depășind așteptările clienţilor.

Sfaturile de mai sus nu sunt limitative. Mai pot fi adăugate, eu le-am ales pe cele pe care eu le-am considerat importante. La fel și lista avantajelor și dezavantajelor poate fi extinsă. Unii oameni devin freelanceri pentru că li se potrivește acest statut. Alţii au ales acest statut de nevoie, poate pentru că au fost daţi afară de la serviciu sau au demisionat. Sunt și alţii care au ales acest rol întrucât nu au vrut să treacă la povara conducerii unei afaceri. Oricare ar fi calea prin care ajungi freelancer, important este ce vei face odată ajuns aici! Reţine, nu

ești cu nimic mai presus decât un angajat sau un antreprenor, poţi fi mai presus doar faţă de tine ca persoană cu fiecare proiect pe care-l desfășori.

Închei oferindu-vă definiţia din Wikipedia a termenului de freelancer:

*„Un **freelancer** (**lucrător freelance**) este o persoană care lucrează independent, care desfășoară o profesie fără un angajament pe termen lung cu un angajator. Termenul de «**freelancer**» a fost inventat de Sir Walter Scott (1771-1832) în romanul istoric Ivanhoe pentru a descrie un «războinic medieval mercenar» (sau free-lance). A fost recunoscut oficial ca verb în 1903 de către diferite autorităţi în etimologie, cum ar fi Oxford English Dictionary."*

La ce vă duce cu gândul istoria acestui cuvânt?
Îţi doresc multă baftă!

Scris de Marian Rujoiu

Nu ştii încotro să o apuci? Te ajutăm noi!
MANAGEMENTUL OBIECTIVELOR – STUDIU DE CAZ

Mai jos sunt spicuiri dintr-un e-mail primit de Extreme Training. Îţi recomand să citeşti acest articol şi să tragi acele învăţăminte cheie din el, fie că te afli în aceeaşi situaţie, fie că nu te afli!

„În liceu, în afară de baruri şi petreceri nu prea am realizat nimic. În tot acest timp am ştiut foarte clar că eu voi merge la Drept şi voi fi avocat. Simt şi acum că aş fi unul foarte bun şi asta o spun nu ca să par demagog, ci pentru că aşa simt. Însă, pe parcursul anului I din facultate, am înfiinţat o firmă cu un prieten, care, sigur, nu a mers prea mult, după aceea altă firmă care a mers binişor, dar, din cauză că nu aveam nici eu nici prietenul cunoştinţele necesare, a dat faliment şi acea firmă. Eu am intrat în organizaţii studenţeşti, pe una am şi condus-o. Nefiind preşedinte, am dat dovadă de creativitate, am strâns repede un grup de oameni operaţionali în jurul meu, am realizat proiecte ample.

Momentan mă ocup de manageriat trupe. Merge binişor, doar că este greu să mă abţin câteodată să nu spun ce gândesc, să obţin preţul vrut şi alte chestii mai micuţe.

Cea mai mare problemă a mea, după mine: focusul, atitudinea (cred că atitudinea este cea mai mare problemă pentru că înglobează termenul «mai multe departamente» care trebuie reparate) şi modul de gândire. La ce m-am gândit că m-ar ajuta este un plan bine definit prin care să fie precizat: asta aşa şi aşa trebuie făcut; astea trebuie citite, astea trebuie repetate, încercate, testate şi toate astea în atât timp. Vă rog să spuneţi o părere despre acest e-mail, poate dacă aveţi cumva şi o hartă sau un drum spre o hartă. Vă mulţumesc anticipat!”

Răspunsul meu la această „problemă” îl găsiţi mai jos şi sper să găsiţi deosebit de util diagnosticul pentru persoana în cauză, căreia, cu permisiunea dumneavoastră, nu o să-i menţionez numele.

Vă spun sincer că iniţial acest e-mail mi s-a părut mult prea complex. La a doua citire am avut însă o revelaţie, să spun aşa. Ca de obicei, o să încerc să fiu cât se poate de punctual.

Primul diagnostic este simplu: ţie nu-ţi trebuie o hartă. Am observat că te „mişti” destul de bine pe această hartă. La fel îţi spun că nici ipoteza lansată de tine, că ai avea o problemă cu atitudinea, nu este una plauzibilă.

Aici, mai jos, te citez pe tine:

„La ce m-am gândit că m-ar ajuta este un plan bine definit prin care să fie precizat: asta aşa şi aşa trebuie făcut, astea trebuie citite, astea trebuie repetate, încercate, testate şi toate astea în atâta timp.''

Ai nevoie de aceste lucruri, însă nu este de ajuns. Acestea sunt necesare, sunt lucruri pe care tu ar trebui să le poziţionezi pe harta ta. Mai este nevoie de ceva înainte de aceste lucruri.

Ca să intrăm în esenţa problemei: ceea ce-ţi trebuie ţie nu este o hartă, ci o BUSOLĂ! Adică ai avea nevoie de o busolă care să-ţi arate direcţia. În plus, mai trebuie să ştii dacă vrei să mergi spre nord, sud sau vest sau est.

Practic, acum tu te plimbi fără să ai o idee bine definită exact încotro mergi. Aducând discuţia în planul real, trebuie în mod obligatoriu să-ţi **fixezi obiectivele**. Adică trebuie să stabileşti dacă vrei să mergi spre nord, de exemplu.

CUM ÎŢI FIXEZI OBIECTIVELE?

PASUL1

Un obiectiv este acel lucru, stare, situaţie în care tu vrei să ajungi. Să-ţi dau câteva exemple de obiective: Vreau să ajung un avocat de succes! Vreau să fiu cel mai bun trainer din România! Vreau să devin un om bogat! etc. Evident, lista poate continua la nesfârşit. Ia o foaie de hârtie şi notează obiectivele tale. Pot să fie cât de multe, însă pentru început îţi sugerez doar trei!

PASUL 2

Acum, odată ce ai stabilit, urmează o întrebare cheie: **cum o să-mi dau seama că am atins acest obiectiv?** Este o întrebare foarte grea, însă este o întrebare cheie în demersul tău. Răspunsul la ea clarifică obiectivul, mai ales dacă acesta a fost formulat în termeni generali! De exemplu, dacă vrei să devii un avocat de succes trebuie să poţi formula ce înseamnă acest lucru pentru tine. Poate să însemne un număr de 100 de clienţi pe an, care să-ţi aducă un venit de 50.000 de euro pe an şi să ai 80% din procese câstigate. Acestea sunt doar exemple. Poţi formula tu acele cuantificări care clarifică pentru tine ideea de avocat de succes.

PASUL 3

Care sunt acele **acţiuni** pe care ar trebui să le întreprind **pentru a atinge** obiectivul? Abia acum stabilim acel drum care trebuie urmat. Acum stabilim dacă trebuie să citeşti x cărţi, să participi la cutare şi cutare curs, să faci stagii de practică într-o companie multinaţională, să pleci la un master la o universitatea Z, să-ţi deschizi o firmă, să-ţi iei un asociat etc. Nu uita, se lucrează cu pixul şi cu hârtia în faţă. Poţi împărţi foaia pe orizontală în 3 dacă ai 3 obiective, iar apoi fă 5 coloane. În prima coloană treci obiectivul, în a doua coloană treci pasul 1, în a treia pasul 2, în a patra pasul 3, iar în a cincea pasul 4!

PASUL 4

Ce voi face după ce am atins obiectivul? Aceasta este a patra întrebare cheie, care-ţi asigură o continuitate a planului. Practic, aici îşi poţi fixa un alt obiectiv care să fie în continuarea celui stabilit.

Aceşti patru paşi vor fi condiţia esenţială pentru ca tu să atingi obiectivele. Gândeşte-te că vrei de exemplu să-ţi construieşti o casă. Să presupunem că acesta este obiectivul tău: să-ţi construieşti o casă. Urmând paşii vei ajunge în pasul 3, la acţiuni! Ideea este următoarea: planul de casă nu este un plan de afacere, de exemplu. Adică nu te aştepta să demarezi o afacere cu un plan de casă. Vreau să subliniez aici că desfăşurarea unor acţiuni întâmplătoare nu are cum să te facă să reuşeşti fără a avea obiective ferme. Nu ai cum să semeni grâu, de exemplu, şi să te aştepţi să recoltezi porumb! Posibil ca obiectivul tău să fie în nord (pe hartă), în acest caz nu ai cum să atingi acest obiectiv dacă te îndrepţi către vest sau către est sau către sud.

În afară de cei patru paşi, ar fi util dacă ai mai răspunde la două întrebări?

1. Ce piedici pot să apară în atingerea obiectivelor şi cum am de gând să le trec?
2. Ce fac dacă nu-mi ating obiectivele?

Am citit pe undeva o zicală: „Niciun vânt nu-ţi este prielnic dacă nu ştii unde vrei să ajungi”. Fixarea obiectivelor este esenţială şi ea trebuie formulată în termeni pozitivi (nu negativi).

Să iau un ultim exemplu. Să presupunem că te duci să cumperi un bilet de tren. O să imaginez un dialog!

Casiera: Unde doriţi să mergeţi?

Tu: Nu ştiu!

Casiera: Domnu', trebuie să-mi spuneţi unde doriţi să mergeţi, altfel nu am cum să vă dau un bilet!

Tu: Eu vreau doar un bilet!

Casiera: Domnule, sunteţi nebun!

Tu: Să înţeleg că nu aveţi bilete?

Casiera: Ba avem!

Tu: Am înţeles, ştiţi, nu aş vrea să merg la Suceava?

Casiera: Dar unde?

Tu: Ştiţi, n-aş vrea nici la Galaţi!

Casiera: Domnu', uitaţi aici, vă dau acest bilet, este cadou! Este un bilet spre IAD!

Casiera: Poliţia, vă rog să interveniţi pentru că am un nebun la ghişeu!

Sper că acest dialog v-a plăcut! Probabil e greu să întâlnim în realitate această situaţie! Dar acest dialog e plin de semnificaţii. Nu ai cum să ajungi undeva dacă nu ştii unde vrei să mergi. La fel, nu ai cum să ajungi undeva dacă spui unde nu vrei să mergi. Se pare că poţi ajunge totuşi undeva, anume în iad, folosind termenul acesta figurat, adică la o viaţă nefericită, plină le lucruri inutile, plină de timp irosit. Dacă la ghişeu ai fi spus unde vrei să ajungi, cu siguranţă ţi s-ar fi dat un bilet şi ajungeai în Ploieşti, de exemplu. Era de ajuns să ştii!

În concluzie: stabileşte-ţi obiectivele, urmează-le cu îndârjire şi le vei atinge!

Succes!

Scris de Marian Rujoiu

SECȚIUNEA 3 (angajator)

Leadership

Te adaptezi sau dispari
CUM DEZVOLȚI UN MANAGEMENT MODERN ȘI EFICIENT?

Tehnicile de management se actualizează permanent. Fiecare companie este în căutare de instrumente care nu trebuie doar să fie moderne, ci și să răspundă nevoilor actuale. Atunci când te hotărăști să implementezi o idee în companie, fie că ești manager sau șef de echipă, vrei rezultate, vrei mărirea eficienței.

Am întâlnit companii care s-au plâns că au încercat fel și fel de softuri pentru creșterea eficienței sau pentru îmbunătățirea comunicării. Principalul impediment constatat este că se alege o soluție astăzi, însă mâine ea nu mai corespunde cerințelor. Disney, o companie renumită pentru inovație, a găsit rapid o soluție. Aceasta nu a fost un soft performant și nici superindicatori de măsurare sau formule complicate. Soluția este mai aproape decât credem și aceasta se numește ***blog intern al companiei***.

Da, ați înțeles bine, prin crearea unui blog intern poți crește eficiența unei companii și poți îmbunătăți comunicarea între membrii echipei.

S-a constatat că folosirea unor softuri comportă trei dezavantaje majore:

1. nevoile companiei sunt în schimbare permanentă (lipsă de dinamică)

2. sunt plictisitoare, nu permit discuție sau un flux al ideilor

3. stopează creativitatea și nu fructifică potențialul fiecărui membru al echipei

La fel, folosirea e-mailului pentru creșterea performanței comportă o serie de dezavantaje cum ar fi:

- este greu de găsit exact e-mailul care te interesează

- firul discuţiei în cadrul unei echipe este greu de urmărit
- sunt greu de găsit unele tipizate sau documente (ultima variantă)
- feedbackul este primit (în cel mai bun caz) doar de cel care a trimis e-mailul
- e-mailul nu este un instrument care asigură memoria organizaţiei (când angajatul pleacă, este înlocuit sau este în concediu, cu greu poate continua cineva munca)
- se primesc multe e-mailuri nedorite, astfel că sortarea și separarea lor de cele importante ale companiei devine groaie

Lista dezavantajelor poate continua atât în cazul e-mailurilor, cât și în cazul softurilor. Atenţie, vreau să precizez că atât e-mailul cât și softurile îţi pot asigura anumite avantaje, astfel că ele trebuie păstrate. Blogul intern răspunde avantajelor, astfel că e-mailurile vor fi doar reduse, și nicidecum eliminate.

Un blog intern, protejat cu parolă, va fi accesat doar de angajaţi și de manager. În acest fel, oricine va putea fi la curent cu orice idee din companie și poate avea acces instant la orice resursă sau document postat. Folosirea unui blog intern duce la o îmbunătăţire a managementului pe două paliere (comunicare și administrare).

La nivel de **comunicare**, blogul intern poate fi folosit în următoarele moduri:

- managerul pune în discuţie o idee, primește feedback, care poate fi văzut de toţi ceilalţi. Întotdeauna de la o idee îţi vine alta și așa mai departe, astfel încât feedbackul devine mult mai consistent;
- prin postarea unei informaţii, toţi angajaţii sunt informaţi în timp record, iar atunci când este vorba de o problemă cineva poate veni cu o soluţie rapid și are ocazia să primească feedback la fel de rapid;
- printr-un blog intern se asigură paternitatea ideilor. Dispare astfel discuţia atât de întâlnită privind paternitatea unei idei;
- prin intermediul blogului intern pot fi puse la dispoziţia angajaţilor fie de către angajator, fie de către angajaţi, diferite informaţii de ordin personal (discounturi, oferte speciale, locuri în care au mers etc.);
- blogul intern oferă fiecărui angajat ocazia de a-și expune o idee (nu toţi angajaţii cu idei bune vor lua cuvântul în ședinţe și-și vor spune părerea). Ideea poate fi astfel scrisă, analizată și văzută de toţi, începând de la manager până la colegul de birou;

- un blog intern poate asigura o dinamică a echipelor, o consolidare a acestora și o valorificare mai mare a potenţialului fiecărui individ, crescând în acest fel apartenenţa lor la valorile companiei.

La nivel **administrativ**, blogul intern oferă instrumente prin care poate fi îmbunătăţit managementul:

- organizarea fișierelor și indexarea lor rapidă;
- oricine, în orice moment (în funcţie de eventualele restricţii necesare), va avea acces la documentul potrivit;
- găsirea rapidă a unor soluţii;
- semnalarea unor probleme foarte rapid;
- ideile pot fi îmbunătăţite și discutate, de la egal la egal;
- orice angajat nou poate avea acces la memoria organizaţiei;
- se pot aduce oricând informări privind stadiul sau progresul într-un anumit moment (într-un soft veţi pune doar o cifră corespondentă și nu este suficient);
- regulamente interne, tipizate, etc. toate pot fi arhivate și accesate rapid;
- dispare problema „ultimei variante” a unui document;
- se pot trasa sarcini foarte rapid și se poate oferi feedback

Listele pot continua, blogul intern fiind un instrument performant. Blogul, așa cum este el gândit, este flexibil, în orice moment îi poţi adăuga diferite opţiuni sau un nou design. El poate răspunde oricărei provocări, tocmai pentru că nu este standardizat. **Flexibilitatea** este cuvântul cheie care definește blogul intern. Vă recomand ***Jeremy Wright – Blog marketing*** pentru a afla mai multe despre puterea blogului intern și a blogului corporate.

S-ar putea obiecta că în acest fel angajaţii pot oferi oricui din afară acces la acest blog prin transmiterea unui user și a unei parole. Și aici departamentul IT poate avea soluţii, însă această problemă oricum există în cazul e-mailului sau prin folosirea unui stick. Blogul intern nu este o soluţie pentru creșterea siguranţei datelor, ci pentru inovaţie, performanţă și comunicare.

Blogul intern reprezintă un plus, un instrument la care poate apela orice companie indiferent de numărul angajaţilor. În concluzie, repet câteva motive principale pentru care ai putea apela la această soluţie:

1. este rapidă

2. presupune costuri foarte reduse

3. oferă flexibilitate maximă

4. motivează nonfinanciar angajaţii

5. crește performanţa

6. consolidează echipele

7. eficientizează din punct de vedere administrativ

8. valorifică potenţialul fiecărui membru al echipei

9. asigură o comunicare autentică în relaţiile angajaţi-angajatori și angajaţi-angajaţi

10. poate fi accesat de angajaţi din orice loc unde există internet și poate fi actualizat permanent.

Amintește-ţi că în general ai doar două variante: te adaptezi sau dispari, până la urmă este o alegere pe care trebuie să o faci! Lipsa alegerii reprezintă de fapt tot o alegere!

Îţi doresc forţa și voinţa de a reuși!

Scris de Marian Rujoiu

CINE ESTE MAI PUTERNIC: INDIVIDUL SAU ECHIPA?
Mitul Echipei sau Mitul Individului?

Tot mai mult în ultima vreme se pune accentul pe lucrul în echipă! Mulţi dintre noi suntem de acord cu acest concept mai mult în teorie, când vine vorba de practică ne convingem cu mare usurinţă că ceea ce faci TU este mai bun făcut. Ba, mai mult, vezi în lucrul în echipă o pierdere de vreme, mai ales că ţi se pare că se pierde mult prea mult timp cu discuţii inutile! Lista dezavantajelor poate continua şi nu are rost să ne ascundem susţinând că formula ideală de lucru este cea în ECHIPĂ.

Nu mi-am propus în acest articol să demonstrez că lucrul în echipă este doar un mit, întrucât realitatea m-ar contrazice imediat! Cert este însă că sunt oameni care sunt de acord că lucrul în echipă este mai eficient şi oameni care afirmă contrariul! Cea mai mare greşeală ar fi să spunem ca unii dintre ei greşesc, iar ceilalţi au dreptate. Fiecare are dreptate.

Aici avem de-a face cu două categorii de oameni!

Oamenii tip INDEPENDENT - numiţi în cazul de faţă VULTURI
Vulturii văd lucrurile în felul următor:
- vor să lucreze singuri;
- vor să-şi asume responsabilitatea;
- îşi spun: e mai greu de unul singur, dar mai sigur.

Oamenii tip COOPERANT - numiţi în cazul de faţă RÂNDUNICI
Rândunicile văd lucrurile cu totul diferit:
- cred că 1 + 1 = 3 (unde sunt doi puterea creşte);
- munca în echipă dă rezultate mai bune;
- nu vor să lucreze singuri.

Orice manager de resurse umane trebuie să înţeleagă aceste două tipologii. Ar fi un eşec să încerci să le convingi pe oricare din ele că lucrurile stau diferit! Prin urmare, trebuie să te aşezi acolo unde îţi este locul. Posibil ca tu să ai rezultate excelente într-o echipă sau poate în afara ei!

Nici vulturul, nici rândunica nu trebuie luaţi în sens negativ sau pozitiv - acestea sunt tipare de lucru şi trebuie să le acceptăm ca atare!

Lucrul în echipă este un fenomen. Chiar şi în vânzări sunt companii care au adoptat o politică a lucrului în echipă dând target de echipă, iar vânzările merg foarte bine.

De ce sunt totuşi importante echipele? Care sunt avantajele lor?

Dragi Vulturi, încercaţi măcar să înţelegeţi că şi lucrul în echipă poate să dea rezultate, uneori chiar foarte bune. Un manager iscusit trebuie să ştie să îmbine aceste două tipologii chiar şi atunci când avem de-a face cu o singură echipă formată atât din vulturi, cât şi din rândunici, găsind pentru fiecare un rol potrivit competenţelor sale. Am ţinut să fac aceste precizări legate de tipologii nu pentru a vă înţelege pe voi, ci pentru a-i înţelege pe ceilalţi, mai ales pe cei diferiţi de voi, atunci când vine vorba de lucrul în echipă!

Şapte trăsături de AUR ale echipelor?

1. Sunt cele mai indicate **pentru a rezolva probleme complexe** care necesită opinii şi cunoştinţe diferite!

2. Reprezintă un excelent **mediu de învăţare!**

3. Sunt mult mai orientate **spre obiective** decât organizaţia în ansamblu sau şi îşi stabilesc mult mai uşor o viziune şi un scop propriu (este mai uşor de identificat un obiectiv al unei echipe)!

4. Valorifică mai bine resursele fiecarui membru!

5. Sunt mai flexibile decât grupurile organizaţionale, pentru că pot fi mult mai uşor formate, dizolvate, reorganizate sau redimensionate!

6. Cultiva loialitatea şi funcţionează pe principiul „toţi pentru unul şi unul pentru toţi".

7. Favorizează delegarea de responsabilităţi pentru că oferă garanţia de a controla comportamentul membrilor săi, prin norme proprii.

Concluzii şi sfaturi:

Pentru **departamentul HR**: Când faci recrutarea, ar fi foarte bine să ştii dacă îţi trebuie o Rândunică sau un Vultur. Odată ce ştii ce-ţi trebuie, ai la îndemână destule instrumente HR pentru a-l găsi şi a-l alege!

Pentru **cei care cred în echipă**: Ea funcţionează atâta vreme cât e manageriată bine şi e compusă preponderent din Rândunici. Nu poţi contesta însă niciodată valoarea unui Vultur dacă acesta are disponibil „Piscul" pe care să se aşeze!

Pentru cei care nu cred în echipe: Încearcă să înţelegi şi să accepţi că şi o echipă poate avea rezultate care nu pot fi atinse individual!

Atât valoarea individului cât şi valoarea echipei vor face faţă provocărilor capitalismului. Depinde doar de obiectivele pe care le avem. Unele pot fi atinse de către o echipă, altele de către indivizi care nu lucrează obligatoriu în echipă.

Care este Mitul?

În ciuda faptului că se face apologia echipei tot mai mult, în mai toate revistele de specialitate, consider cu tărie că individul nu trebuie dezumanizat, nu trebuie să-i negăm comportamentul, nu are rost să ne furăm căciula singuri, nici nu are rost să ne transformăm în cooperativă dacă nu este cazul!

Care este Mitul până la urmă, individul sau echipa? Raspunsul este simplu! **Mit este acela care afirmă ca eficienţa este dată fie <u>numai</u> de echipe, fie <u>numai</u> de indivizi!** Eficienţa este dată de folosirea corespunzătoare atât a individului în afara echipei, cât şi a echipei în sine atunci când este necesar!

Scris de Marian Rujoiu

CUM COMUNICĂM SCHIMBAREA?

Sunt multe tips&triks pentru comunicarea schimbării. Voi aborda în acest articol cel mai simplu lucru atunci când vine vorba de schimbare - şi l-aş putea numi principiul numărul 1 în comunicarea schimbării.

Cum procedează managerii cel mai des?

Orice companie trece periodic prin schimbări: schimbări de sarcini, schimbări tehnologice, schimbări de şefi, schimbarea sediului de lucru etc. Cel mai adesea managerii nu ştiu cum să comunice schimbarea.

Exemplu

Luăm exemplul real al evoluţiei unui ziar, care a trecut printr-o perioadă de schimbări tehnologice. Mai exact, este vorba de momentul în care maşinile de scris sunt înlocuite de calculatoare. Redacţia ziarului este „dezorientată". Această schimbare tehnologică este vitală, mai toate ziarele trec prin ea, iar pentru a rămâne competitivi această schimbare este vitală. Angajaţii ziarului sunt de diferite vârste, începând de la 20 de ani până la 55 de ani.

Managerul discută cu departamentul administrativ, iar într-o zi decide înlocuirea maşinilor de scris cu PC-uri. Se gândeşte chiar că va face o surpriză plăcută. El aşteaptă bucuros întoarcerea oamenilor din teren. În jur de ora 6 pm, oamenii se întorc din teren, iar la ora 6.30 toată redacţia este convocată la şedinţă.

În cadrul şedinţei managerul formulează următoarele mesaje:

1. Începând de astăzi lucrurile nu vor mai fi la fel.

2.Am schimbat maşinile de scris cu calculatoarele!

3.Era o schimbare necesară, o schimbare tehnologică ce ne va mări viteza de lucru.

4.Uitaţi de maşinile de scris hodorogite şi priviţi la aceste minunate calculatoare!

5 Intrăm într-o nouă eră, nimic nu va mai fi la fel.

Oamenii rămân fără cuvinte. Pe **feţele lor nu apare bucuria** aşteptată de manager. Cei 9 oameni din cadrul redacţiei primesc vestea. Paradoxal, în ciuda faptului că schimbarea era necesară şi bună totodată, ei îi comunică managerului că au înţeles şi se aşază în faţa

noilor „maşini de scris”, a calculatoarelor. Ei au parte de un mini-training în care li se explică faptul **că aceste calculatoare sunt total diferite de maşinile de scris**. Practic, nimic nu mai este la fel. Oamenii încep să lucreze sfioşi pe ele, cu gândul însă la tradiţionalele maşini de scris. Unii dintre ei aveau 20 de ani de când lucrau cu maşinile de scris.

După o lună de zile, patru angajaţi din cei nouă îşi dau demisia. Presa nu mai era ceea ce ştiau ei. Ceilalţi 5 rămaşi în redacţie parcă se posomorâseră. La 3 dintre ei le scăzuse inexplicabil calitatea materialelor scrise. Parcă nu mai erau încărcate de atâta suflet. Are loc o discuţie cu managerul în care ei sunt întrebaţi ce se întâmplă. Aceştia nu pot oferi o explicaţie, singura plauzibilă fiind faptul că ei nu mai sunt atât de inspiraţi de PC aşa cum erau de maşina de scris.

Povestea continuă, iar redresarea ziarului se realizează în aproape un an de zile. Vorbim numai de o redresare, în sensul că jumătate din echipă era una nouă, iar calitatea materialelor era una mediocră.

Unde s-a greşit?

Probabil este clar pentru fiecare dintre noi că schimbarea era necesară. Unde s-a greşit? Cum s-ar fi putut face astfel încât oamenii să nu-şi dea demisia, iar schimbarea să aibă un impact pozitiv.

Felul în care comunicăm schimbarea este mai important decât schimbarea în sine, indiferent de mărimea sau de importanţa schimbării. Majoritatea managerilor - de altfel, de bună credinţă - aleg să comunice schimbarea într-un mod care nu poate fi primit cu bucurie. Fie că acceptăm sau nu, **schimbările, cel puţin iniţial, nu sunt acceptate**. Fiecare dintre noi manifestă o rezistenţă mărită la schimbare. Ne obişnuim cu anumite lucruri, iar schimbarea lor nu ne bucură, ba din contră. De cele mai multe ori eficienţa sau necesitatea nu sunt argumente care conving. Plecând de la obiceiurile cele mai simple până la cele mai complicate, preferăm să le păstrăm. Ştim de cele mai multe ori că obiceiurile noastre nu sunt „sănătoase”, ele însă sunt ale noastre şi dorim păstrarea lor. Fie că e vorba să ne schimbăm biroul de lucru, locuinţa, serviciul, ora de trezire, sarcinile de la serviciu sau orice altă schimbare, aceste schimbări ne creează un disconfort. Greşeala managerială este situaţia în care managerul prezintă schimbare drept ceva „total diferit”, „nimic la fel”.

Cum ar trebui să procedăm astfel încât trecerea peste schimbare să fie una cât mai uşoară?

În procente, numai maxim 20% dintre oameni caută permanent schimbări. Aceştia vor accepta întotdeauna schimbările şi le vor considera noi provocări. Părerea noastră despre noi este că suntem deschişi la nou, că ne plac schimbările. În realitate, însă, schimbările ne modifică un ritm al vieţii cu care ne-am obişnuit. De exemplu, cunosc foarte mulţi contabili care nu au acceptat programele informatice. Ei preferă în continuare să lucreze cu pixul, iar dacă vine vorba de făcut ceva la calculator - „să le facă altcineva!".

Pentru a comunica eficient o schimbare cu cât mai puţine pierderi, **trebuie reformulat mesajul schimbării**. Limbajul este prima cale la care trebuie să apelăm. Este cel mai uşor de folosit şi cel mai eficient totodată. Indiferent de schimbare, trebuie să „înmuiem" efectele ei cât mai mult posibil, trebuie să realizăm trecerea de „baubaul pe care nu-l cunoaşteţi, total diferit de ce-a fost" la „acelaşi baubau îmbunătăţit".

Trebuie să facem trecerea de la:

- *total diferit – la – aproape la fel*
- *totul se va schimba – la – totul va rămâne la fel*
- *schimbare – la – îmbunătăţire*
- *trebuie să vă schimbaţi – la – trebuie să ne adaptăm*
- *intrăm într-o nouă eră – la – continuăm munca noastră*

Practic, schimbarea trebuie comunicată ancorând-o în ceea ce există în momentul respectiv**. Oamenii acceptă schimbarea dacă li se explică că avem de-a face cu o continuare a ceea ce facem**. În discursul nostru trebuie să se regăsească toate punctele comune. Cu cât vor fi găsite mai multe legături între ceea ce a fost şi ceea ce urmează, cu atât schimbarea va fi mai mult percepută ca o continuare a ceea ce a fost. „Noua eră" şi „total diferit", „nimic la fel" nu sunt mesajele care conving. Acestea sunt mesajele care asigură că schimbarea va avea „pagubele cele mai mari posibile". Nu este vorba de a păcăli, ci de a umaniza mesajul şi de a înţelege că oamenii sunt rezistenţi la schimbare.

Toată explicaţia de mai sus se reduce la un lucru foarte simplu: **atunci când comunicăm o schimbare trebuie să punctăm înainte de toate ce rămâne la fel, iar lucrurile care se schimbă total trebuie explicate ca o continuare a ceea ce a fost. Cu cât vor fi punctate mai multe lucruri care rămân la fel, cu atât şansa ca oamenii să perceapă pozitiv creşte.**

Reîntorcându-ne la ziar, cele 5 mesaje cadru pot fi reformulate în felul următor:

1. Începând de astăzi, lucrurile se vor îmbunătăţi.

2. Vom folosi maşini de scris mai eficiente!

3. Veţi putea scrie materiale mai uşor. Veţi avea ocazia să îmbunătăţiţi ideile scrise într-un mod plăcut.

4. Maşinile de scris vor rămâne în aceste birouri să ne amintească de istoria noastră.

5. În sfârşit tehnologia ne va permite să punem în practică mai uşor ideile noastre.

Dialogul continuă, **iar schimbările vor fi percepute ca îmbunătăţiri**. Nu se mai intră cu „violenţă" în obiceiurile oamenilor, ci li se explică că obiceiurile lor vor fi menţinute. Li se va explica oamenilor până în cel mai mic detaliu cât de asemănătoare sunt lucrurile (cele noi cu cele vechi): literele sunt aşezate la fel pe tastatură, ceea ce scrii se va vedea tot în faţă, se va lucra la aceleaşi birouri, fiecare îşi va păstra direcţia redacţională. Comunicarea schimbării va fi astfel mai lejeră, amintindu-se şi alte lucruri care rămân la fel (chiar dacă nu au legătură cu schimbarea). Lucrurile explicite vor fi verbalizate atenuându-se impactul schimbării: **programul va rămâne la fel, vom trata aceleaşi subiecte, machetarea ziarului va fi aceeaşi.**

Sunt modalităţi şi mai complexe de implementare a unei strategii în cadrul unei organizaţii, pe care le tratam în trainingurile noastre de management, schimbare şi performanţă.

Punctual, în acest articol, mi-am propus să atrag atenţia asupra unei greşeli manageriale foarte des întâlnită. Această greşeală managerială vine şi pe fondul în care leaderul vrea să transmită o nouă viziune, uneori „revoluţionară". Poţi transmite - după cum am observat - şi viziunea revoluţionară, folosind însă un limbaj mai moderat, cu mesajul „aproape la fel".

Folosind strategia prezentată, dai şansa oamenilor să accepte schimbarea mai uşor şi să se adapteze cât mai rapid posibil. Este un detaliu minor, efectele lui sunt însă majore, uneori hotărâtoare pentru viitorul organizaţiei.

Scris de Marian Rujoiu

MANAGEMENTUL RISCULUI - STRATEGII DE CONTRACARARE!

Firma **Standish Group** a derulat în anul 1995 un studiu asupra a peste 1000 de manageri, obiectul acestuia fiind constituit de principalele motive şi riscuri care duc la **eşecul unui proiect.** În urma acestui studiu, pe primele 10 locuri s-au situat riscurile de mai jos:

1. Cerinţele incomplete privind proiectul
2. Parteneri implicaţi parţial în proiect
3. Insuficienţa resurselor
4. Estimarea nerealistă a rezultatelor proiectului
5. Suportul executiv insuficient
6. Schimbările survenite în timpul derulării proiectului
7. Planificarea precară a activităţilor
8. Lipsa elementelor esenţiale pentru derularea proiectului
9. Managementul defectuos
10. Suportul tehnologic slab

Riscul este un fenomen întâlnit în viaţa de zi cu zi a oricărei instituţii, el fiind asociat de cele mai multe ori cu termenul de „nesiguranţă". Potrivit dicţionarului **Webster**, riscul este văzut ca o „posibilitate de a suferi o pierdere", iar acest lucru se întâmplă ori pentru că în derularea proiectului a intervenit un lucru neplanificat, ori pentru că un lucru care a fost planificat nu s-a întâmplat tocmai aşa cum a fost prevăzut.

Riscurile pot avea atât un **caracter intern**, referindu-ne aici la greşelile manageriale, cât şi un **caracter extern** reprezentat practic de orice eveniment din afara organizaţiei care poate afecta în mod negativ derularea proiectului. Persoana responsabilă de managementul riscului trebuie să aibă în vedere aceşti factori interni şi externi şi să monitorizeze în permanenţă situaţiile de risc. Mai exact, ea trebuie să elaboreze un plan de management al riscului, iar, atunci când acesta apare, să ştie cum să îl diminueze şi să îl controleze.

Managementul riscului presupune parcurgerea a 6 etape esenţiale:
1. Descrierea contextului
2. Identificarea riscurilor
3. Analiza şi ierarhizarea riscurilor

5. Elaborarea planului de management al riscurilor5.
6. Implementarea planului de management al riscurilor
7. Monitorizarea şi actualizarea planului iniţial de management al riscurilor

Pentru a şti ce trebuie să prevină, un manager de proiect trebuie să **identifice** mai întâi eventualele riscuri. De aceea, este absolut necesar ca fiecare manager de proiect să răspundă pentru început la următoarele întrebări:

- Ce reprezintă riscul pentru acest proiect?
- Ce reprezintă riscul pentru o anumită activitate a proiectului?
- Ce riscuri există?
- Care este probabilitatea ca acestea să se producă?
- Care sunt pierderile ce pot rezulta din aceste riscuri?
- Care sunt alternativele de rezolvare a situaţiei de criză?

O metodă foarte des întâlnită în identificarea şi analizarea riscurilor este **metoda biletelelor Crawford**, care presupune ca managerul de proiect să răspundă cu câte un alt răspuns de 10 ori consecutiv la întrebarea: „Care credeţi că este cel mai mare risc pentru proiectul dvs.?”.

Este foarte important ca, după ce identificăm riscurile, să le analizăm şi să le ierarhizăm în funcţie de impactul lor şi de probabilitatea de a se întâmpla, astfel:

- Riscuri cu impact mare şi probabilitate mare
- Riscuri cu impact mare şi probabilitate mică
- Riscuri cu impact mic şi probabilitate mare

Bineînţeles, există şi câteva **strategii** generale pe care le are la dispoziţie un manager atunci când doreşte să reducă riscurile din cadrul proiectului său:

1) Acceptarea riscurilor presupune ca managerul de proiect să fie perfect conştient de dimensiunea mică a riscurilor apărute la un moment dat şi ia decizia de a nu acţiona în niciun fel pentru înlăturarea sau diminuarea acestora.

2) Evitarea riscurilor are loc atunci când apar modificări semnificative în procesul de derulare a proiectului, moment în care managerul de proiect hotărăşte să înlăture total aceste riscuri, mergând chiar până la stoparea executării proiectului.

3) Monitorizarea riscului şi elaborarea unui plan pentru situaţiile imprevizibile implică alegerea unor indicatori şi monitorizarea acestora pe toată durata derulării proiectului. Se vor întocmi planuri de rezervă menite să ofere alternative de recuperare a pierderilor.

4) Transferul riscurilor reprezintă modalitatea de transferare a riscurilor apărute către un intermediar, de obicei o instituţie specializată în domeniu sau un expert.

5) Reducerea sistematică a riscurilor presupune totalitatea metodelor şi strategiilor care sunt destinate diminuării riscurilor în mod sistematic, până ce se ajunge la un grad optim pentru manageri.

Deşi managerii şi natura umană în general au o anumită aversiune faţă de ideea de risc, este extrem de important ca orice manager de proiect să ia în considerare întotdeauna toate riscurile posibile, să le analizeze, să le ierarhizeze, să elaboreze planuri de diminuare a acestora şi să fie capabil să ţină toate aceste situaţii de risc sub control.

Scris de Andreea Marc

MOTIVAȚIE VERSUS DEFICIT DE COMPETENȚĂ

Lipsa de motivaţie şi metode manageriale de motivaţie!

Am hotărât abordarea acestei teme într-un mod puţin diferit, în sensul că înainte de a discuta de metode cheie de motivare trebuie să identificăm corect dacă avem de-a face cu lipsă de motivaţie sau cu un deficit de competenţă profesională !

În acest articol vom stabili exact cum anume putem pune un diagnostic corect pe problema: deficit de competenţă sau lipsă de motivaţie. Totodată, în termeni de soluţii voi prezenta care sunt acele metode prin care putem rezolva fiecare din cele două probleme. Subiectul este foarte important întrucât lipsa motivaţiei sau deficitul de competenţă sunt generatori imediaţi de neperformanţă, lucru pe care probabil ni-l dorim cel mai puţin!

Este bine când dorim să motivăm angajaţii, dar mai înainte de asta trebuie să aflăm dacă acestora le lipseşte într-adevăr motivaţia!

Analizând cazul în care salariaţii obţin performanţe scăzute trebuie să avem în vedere dacă performanţa scăzută este rezultatul unei competenţe profesionale scăzute sau este cauzată de lipsa motivaţiei. Astfel, în cele două situaţii atitudinea adoptată de manager trebuie să fie total diferită.

Competenţa profesională scăzută se observă mai ales în cazul în care, fiind pus în faţa unor sarcini dificile, angajatul poate dovedi o **„insuficienţă" a competenţei** profesionale, ale cărei cauze pot fi**:**

- cunoştinţe de specialitate reduse;
- lipsă de experienţă;
- atitudine nepotrivită a angajatului (faţă de muncă, faţă de echipă, faţă de superiori);
- abilitate redusă în domeniul în care performanţa nu a atins nivelul aşteptat.

Cum punem diagnosticul corect?

1. Pentru a se stabili că, într-o anumită situaţie concretă, este vorba despre competenţă profesională scăzută, trebuie să se ia în considerare felul în care a acţionat salariatul în trecut faţă de sarcini asemănătoare.

În cazul în care în perioadele trecute acesta a făcut faţă cu succes unor sarcini similare, înseamnă că este vorba de o lipsă de motivaţie.

2. De asemenea, se va lua în considerare şi dificultatea sarcinii care a generat lipsa de performanţă. Dacă avem de-a face cu sarcini care nu presupun un „consum" sporit de cunoştinţe şi deprinderi, lipsa oricărui progres în realizarea sarcinii dovedeşte lipsă de interes, deci lipsă de motivaţie.

3. Un alt punct care trebuie luat în seamă este observarea reacţiei salariatului în faţa neîndeplinirii sarcinii. Dacă acesta manifestă dezinteres faţă de nerealizarea adecvată a sarcinii, este din nou un semn al lipsei de motivaţie.

Cum îmbunătăţim competenţele?

În situaţia în care se stabileşte în mod clar că nu lipsa de motivaţie a cauzat nivelul redus de performanţă, se va stabili împreună cu salariatul un plan de îmbunătăţire a competenţei profesionale, după cum urmează:

- se va stabili ce curs de perfecţionare trebuie să urmeze salariatul;
- se vor identifica procedurile de lucru care-i sunt neclare angajatului;
- se vor revizui aceste proceduri;
- se va explica încă o dată cum trebuie urmată procedura de lucru pentru sarcina în care angajatul a dovedit competenţă profesională scăzută.

Indicatori fermi ai lipsei de motivaţie:

Odată ce am stabilit că nu avem de-a face cu deficit de competenţă profesională, se trece la analiza motivaţiei acestuia. Lipsa motivaţiei unui salariat se poate recunoaşte prin faptul că acesta:

- nu cooperează atunci când este nevoie de un efort suplimentar;
- întârzie;
- pleacă mai devreme;
- îşi ia zile libere fără a da explicaţii satisfăcătoare;
- lungeşte cât se poate de mult pauzele pentru a rămâne cât mai puţin timp de lucru;
- nu se oferă niciodată să efectueze ore suplimentare;
- nu respectă termenele limită;
- nu-şi asumă răspunderea pentru lucrurile care merg prost;
- nu urmează instrucţiunile care i se dau.

CE METODE MANAGERIALE DE STIMULARE A MOTIVAŢIEI AVEM LA ÎNDEMÂNĂ?

Mai jos, vă voi prezenta patru metode de stimulare a motivaţiei, utile mai ales managerilor HR, dar utile şi acelor angajaţi care vor să-şi îmbunătăţească motivaţia internă!

1. Comunicarea în procesul de motivare

Comunicarea în procesul de motivare a angajaţilor se va face în funcţie de nevoile acestuia, de factorii care îl stimulează spre a lucra mai bine, precum şi de ceea ce-l determină să dorească să obţină rezultate mai bune.

Momentele alese pentru a efectua comunicarea sunt:

- *înainte,* pentru a preîntâmpina lipsa performanţei;
- în fiecare moment, *deci permanent,* pentru a urmări realizarea performanţei, şi
- *după,* pentru a analiza împreună cu salariaţii ceea ce s-a realizat comparativ cu ceea ce s-a propus şi pentru a aduce la cunoştinţă recompensele şi sancţiunile stabilite.

Prin discuţii individuale, prin fişe de stabilire a standardelor de performanţă se realizează informarea salariaţilor cu privire la standardele de performanţă stabilite şi împreună cu aceştia se hotărăsc recompensele, dar şi sancţiunile care vor fi aplicate în cazul nerealizării performanţei, personalul având astfel posibilitatea de a înţelege consecinţele acţiunilor lor.

Periodic, prin sistemul de monitorizare a performanţelor se va explica angajaţilor unde anume greşesc şi cum se pot îndrepta, oferindu-le soluţii şi accentuând impactul nerealizării performanţei asupra echipei de lucru. Mai înainte de toate, este foarte important a nu se trece cu vederea efectul unei munci bine făcute şi se vor încuraja salariaţii să-şi aprecieze singuri performanţa pentru a găsi apoi împreună principalele modalităţi de a o îmbunătăţi.

Analizând împreună cu salariaţii ceea ce s-a realizat comparativ cu ceea ce s-a propus se va conduce discuţia astfel încât salariatului să-i fie clar ce a făcut bine şi ce a greşit, recompensele şi sancţiunile care se impun fiind comunicate în timp util şi aplicate exact aşa cum s-a convenit iniţial.

2. Managementul prin obiective

Managementul prin obiective este una dintre cele mai utilizate metode moderne de stimulare a motivaţiei, pentru aplicarea căreia se va ţine seama de următoarele măsuri:

- încadrarea obiectivelor compartimentului în obiectivele generale ale organizaţiei;
- stabilirea obiectivelor fiecărui salariat;
- alinierea obiectivelor angajaţilor la obiectivele organizaţiei;
- consultarea angajaţilor la stabilirea obiectivelor, a modalităţilor prin care acestea vor fi atinse, precum şi cu privire la fixarea termenelor de lucru;
- stabilirea împreună cu salariaţii a libertăţii de acţiune pe care aceştia o vor avea, precum şi supervizarea necesară;
- decizia cu privire la modul de măsurare a performanţelor şi la tipul de recompense şi sancţiuni aplicate.

Managementul prin obiective conduce la rezultate foarte bune în procesul de stimulare a motivaţiei dacă se îndeplinesc o serie de condiţii cumulative:

- salariaţii cunosc obiectivele;
- obiectivele sunt realiste, posibil de atins şi precis descrise;
- termenele să fie posibil de atins şi corelate între ele;
- salariaţii sunt instruiţi în ceea ce priveşte acest sistem de management;
- sistemul să fie în permanenţă monitorizat şi corectat când este cazul;
- corecţiile să fie cunoscute de salariaţi în cel mai scurt timp.

Avantajele acestei metode în planul motivării şi performanţelor salariaţilor sunt următoarele:

- performanţa cerută este precis delimitată;
- fiecare salariat cunoaşte cu precizie ce anume se aşteaptă de la el în îndeplinirea unei sarcini;
- fiecare salariat ştie ce are de făcut pentru atingerea performanţei cerute;
- fiecare salariat cunoaşte cum trebuie să acţioneze, când trebuie să acţioneze şi ce resurse are la dispoziţie;
- recompensele şi sancţiunile sunt acordate în concordanţă cu atingerea obiectivelor stabilite;

- măsurarea performanţelor şi acordarea recompenselor se face în funcţie de gradul de realizare a obiectivelor individuale.

3. Delegarea

O altă metodă de stimulare a motivaţiei, eficientă şi uşor de aplicat, este delegarea, în aplicarea căreia se impun următoarele măsuri:

- stabilirea clară a sarcinilor ce pot fi delegate;
- stabilirea clară a persoanelor cărora le pot fi delegate sarcini şi ce fel de sarcini pot fi delegate acestor persoane;
- stabilirea, prin consultare cu salariatul, a standardelor de performanţă, a rezultatelor aşteptate şi a perioadei delegării;
- acordarea unei depline libertăţi de acţiune salariatului căruia îi este delegată o sarcină;
- atribuirea, odată cu sarcina, a autorităţii necesare salariatului pentru buna îndeplinire a acesteia.

Ca metodă de stimulare a motivaţiei, delegarea va fi reuşită în momentul când se vor îndeplini cumulativ următoarele condiţii:

- sarcina este atribuită pe o perioadă limitată de timp;
- atribuirea sarcinii are un caracter formal (să fie oficializată);
- salariatul căruia i s-a delegat o sarcină se bucură de încrederea superiorilor săi;
- sarcina delegată corespunde profilului persoanei căreia îi este atribuită.

Ca avantaje ale delegării asupra motivării şi performanţelor salariaţilor se poate nota că salariatul primeşte dovada încrederii în capacităţile sale şi performanţa aşteptată este precis descrisă.

4. Managementul participativ

Realizarea unor motivaţii de mobilizare, de implicare, specifice întreprinderilor performante se află în legătură directă cu aplicarea unui management participativ.

Primele domenii în care salariaţii au participat la activităţile de organizare şi gestionare ale companiilor au fost: îmbunătăţirea condiţiilor de lucru, lărgirea sarcinilor la nivelul unor compartimente, conducerea prin obiective etc., în prezent fiind aplicate în ţările dezvoltate o serie de metode participative care duc la îmbunătăţirea

folosirii resurselor umane şi la creşterea gradului de motivare a angajaţilor.

Notă: Foarte important a se face distincţie între motivare şi motivaţie. Acest articol a abordat problema numai din punct de vedere al motivaţiei individului, acel mecanism intern care îl pune în mişcare!

Vedem aşadar că lucrurile nu sunt deloc simple. Uneori simţim că suntem în situaţii fără ieşire, însă acest sentiment este doar aparent, întrucât metode de a acţiona conform unor principii manageriale eficiente există, nu ne rămâne decât să le punem în practică!

Scris de Marian Rujoiu și Alina Rujoiu

DESPRE TAINELE MOTIVĂRII NONFINANCIARE!

Tocmai am finalizat studiul privind Motivarea Nonfinanciară printre angajaţii români. Am plecat de la Ia ipoteza că românii, în afară de considerentul financiar, mai sunt motivaţi, în compensare, și de sistemul nonfinanciar! Privind rezultatele studiului derulat de Extreme Training, am simţit o stare de disconfort! Se vede clar că angajaţii români au nevoi nonfinanciare nesatisfăcute! Acestea sunt pentru ei un factor demotivator maxim! Extreme Training a observat, în cadrul proiectelor derulate, îngrijorarea companiilor privind fluctuaţia de personal, însă am observat că acestea nu sunt dispuse să acţioneze ferm pentru a remedia acest lucru! Eventual sunt dispuse să mărească salariile, însă sunt atâţia oameni care renunţă pur și simplu la job pentru că „s-au săturat de compania respectivă”!

Portretul angajatului român este de fapt oglinda angajatorului; când un angajat se plânge de personal, el se plânge de fapt de însăși prestaţia sa fără să-și dea seama de acest lucru! Portretul angajatului român, în două, cuvinte ar fi: Nemotivat și Demotivat! Rolul motivării nonfinanciare încă nu este înţeles pe deplin de angajatorii români, Extreme Training preconizând un termen de 5 ani, timp în care motivarea nonfinanciară va deveni o practică curentă în fiecare companie din România! La sfârșitul acestui articol veţi regăsi câteva spicuiri din rezultatele studiului derulat!

Nenumărate studii arată lipsa de eficienţă pe termen lung a sistemelor de motivare financiară. Primul bonus funcţionează ca un „drog”. Are efect pe moment, dar pe o perioadă mai lungă de timp îi face pe angajaţi să nu mai lucreze decât dacă primesc bonusuri financiare.

De asemenea, pe termen lung, bonusurile financiare îi fac pe angajaţi să fie nemulţumiţi și să intre într-un soi de competiţie cu colegii lor. Lucrul în echipă devine astfel de domeniul basmelor. **Soluţia** este un sistem de **motivare nonfinanciară.** Motivare nonfinanciară înseamnă implementarea unui sistem de recompensă și recunoaștere (Rewards and Recognition).

Scopul motivării nonfinanciare este acela de a crește productivitatea firmei, de a-i îmbunătăţi calitatea, de a avea angajaţi mulţumiţi, lucru care duce direct la creșterea performanţei angajaţilor.

Cum facem să implementăm un astfel de sistem?

Implementarea unui sistem de motivare nonfinanciară de succes (programul de R&R) presupune respectarea unor reguli. Recompensa trebuie să fie un lucru dorit de angajaţi. Este un lucru pozitiv dacă implicăm angajaţii în alcătuirea unor grile/criterii ce vor ajuta managerul să știe cine trebuie recompensat și conform căror criterii. Din moment ce angajaţii sunt cei ce vor primi recompensa, e binevenit ca tot ei să aleagă ce recompensă și-ar dori mai mult (bineînţeles, în limita bunului simţ).

De asemenea, managerul trebuie să încurajeze recunoașterea nu doar pe verticală, ci și pe orizontală (nu doar manager-angajaţi, ci și angajaţii între ei; de exemplu: biletele de recunoaștere și mulţumire între colegi). Acest lucru îi creează angajatului un sentiment de importanţă (ceea ce face el este important pentru echipă și pentru companie). O urmare a conștientizării importanţei lui în companie este responsabilitatea de care acesta va da dovadă („Ceea ce fac eu aici este important și nu pot să o dau în bară”, „Ceea ce fac eu în această companie este deosebit de important pentru mine, echipă și companie și trebuie să am cele mai bune rezultate posibile”.)

Încurajând angajaţii să se motiveze între ei, să își recunoască rezultatele între ei, să își mulţumească reciproc pentru ajutor și să se felicite, îţi poţi face o idee și despre cine pe cine respectă în companie, care sunt relaţiile dintre colegi.

Succesul unui sistem de R&R depinde și de frecvenţă. Nu trebuie să sărim peste o recompensă doar pentru că o altă recompensă a fost oferită de curând, dar nici nu trebuie abuzat de acestea. Dacă recompensele sunt oferite prea des, angajaţilor li se poate imprima involuntar că nu e așa o mare scofală.

Sistemele de R&R s-au dovedit a fi benefice pentru companii din punct de vedere financiar, nu doar pentru că ele cresc productivitatea firmei, dar și pentru că nu mai trebuie cheltuiţi bani pentru bonusuri financiare.

Experienţele marilor manageri au dovedit că recunoașterea individuală are mai mult succes decât recunoașterea sau recompensarea echipei. Totuși, nici aceasta din urmă nu trebuie lăsată la o parte. Un exemplu de motivare a întregii echipe, fără a uita de

performanţele individuale (și a se crea astfel frustrări între angajaţi), de care vreau să amintesc este al unui manager care, la sfârșitul unui proiect de succes, și-a recompensat echipa cu mici cadouri diferite - în funcţie de performanţe, după cum am scris anterior -, dar de aceeași valoare. Personal, mi se pare un foarte bun exemplu de a încerca să mulţumești pe toată lumea și de a evita eventualele frustrări ale angajaţilor.

Mai jos regăsiţi câteva dintre rezultatele studiului! După cum spuneam la începutul acestui articol, avem de-a face cu un angajat dispus să muncească mai mult, dispus să fie fidel, însă poate face acest lucru dacă este motivat nu doar financiar, ci și nonfinanciar! Rezultatele complete ale studiului sunt disponibile pe www.traininguri.ro

Ai șanse de promovare la actualul loc de muncă?	
Da	43%
Nu	57%
Ai echipamentul necesar la dispoziție pentru a-ți face bine treaba?	
Da	62%
Nu	38%
Ai ocazia să înveți lucruri noi?	
Da	70%
Nu	30%
Este apreciată de cineva munca pe care o faci?	
Da	43%
Nu	57%
E o atmosferă plăcută în companie?	
Da	56%
Nu	43%

Aș munci mai mult dacă:	
șeful m-ar aprecia mai mult	13%
ar fi o atmosferă mai plăcută în companie	15%
și ceilalți colegi și-ar da un interes mai mare	27%
mi s-ar delega mai multă autoritate și încredere	45%
Postul pe care îl ocupi îți pune talentele în valoare?	
Nu	53%
Da	47%

	Șeful meu este un specialist în domeniu	**Tratează în mod corect angajații**	**Apreciază angajații la justa valoare**
Da	56%	52%	43%
Nu	44%	48%	57%

	Managerul repartizează clar sarcinile	**Monitorizează atent îndeplinirea sarcinilor**	**Ține cont de părerile angajaților**
Da	39%	49%	54%
Nu	61%	51%	46%

	Ce anume ai schimba în compania în care lucrezi dacă ai avea ocazia?
nimic	9%
echipamentul	10%
colegii	11%
clienții	15%
șeful	17%
salariul	38%

Primul pas în implementarea unui program de motivare nonfinaciară este conștientizarea angajatorului asupra necesităţii acestuia! Dacă tu, ca angajator, vrei un angajat responsabil și performant, trebuie să începi cu tine! Mai priviţi o dată la rezultatele de mai sus: doar 10% sunt foarte mulţumiţi de actualul loc de muncă! Fiind mai atent la considerentele nonfinanciare poţi ridica procentul până la 20% sau chiar mai mult! Acest lucru se poate transpune pe termen lung într-o creștere a profitului de 20-40%, ce poate deriva numai din performanţele deosebite ale echipei!

Scris de Oana Ibanescu & Marian Rujoiu

7 SFATURI CHEIE PENTRU A MOTIVA NONFINANCIAR ANGAJAȚII

1) Primiţi ceea ce recompensaţi

Asiguraţi-vă că aţi definit clar ceea ce vreţi să obţineţi, apoi folosiţi recompense și recunoașterea pentru a vă îndrepta către acele obiective! Stabilirea unor metode de a recompensa echipa și de a recunoaște meritele vă va ajuta să obţineţi acele rezultate pe care le doriţi, acele rezultate care duc la atingerea unui target. Un program de recompense și recunoaștere este mijlocul cel mai simplu, dar în același timp și cel mai eficient, de a atinge respectivul target.

2) Ce motivează angajaţii?

Factorii motivatori variază de la un individ la altul. Pentru a vă atinge obiectivele, întrebaţi angajaţii ce își doresc! Nu e de ajuns să faceţi un program de recompensă și recunoaștere și să-l impuneţi angajaţilor, respectivul program trebuie să se muleze pe dorinţele și pe nevoile lor. Astfel, înainte de a alcătui o vitrină de premii, de exemplu, trebuie să aflaţi ceea ce își doresc angajaţii, doar ei sunt cei care vor munci pentru respectivele recompense, pentru respectivele premii. Așadar, premiile puse la bataie trebuie să fie exact ceea ce își doresc angajaţii. Dacă de exemplu angajaţii s-ar simţi mai recompensaţi primind o zi liberă pentru un rezultat foarte bun pe care l-au avut, exact acest lucru trebuie să îi daţi, adică exact ceea ce i-ar putea motiva.

3) Este nevoie de bani puţini sau chiar deloc pentru cele mai motivante recompense

Recompensaţi-vă angajaţii cu un sincer „Mulţumesc!”, furnizându-le informaţii, implicându-i în procesul de luare a deciziilor - mai ales dacă este vorba despre decizii care îi afectează pe angajaţi! Amintiţi-vă că premiile în bani funcţionează doar pentru o perioadă scurtă de timp!!! În momentul în care le daţi angajaţilor recompense financiare des, acestora li se va părea natural să primească bani mai mulţi continuu. Așadar, nu este o metodă de recompensă care să îi motiveze pe angajaţi să lucreze mai eficient pentru mult timp. Rezultatele acestui tip de recompense sunt pe termen scurt. În schimb, un angajat se simte mult mai responsabil și mai important pentru companie dacă îi mulţumești pentru efortul pe care l-a depus și dacă îi spui cât de mult înseamnă pentru companie munca pe care o face el. Așadar, motivarea unui angajat se poate face și cu un buget scăzut sau chiar fără bani. Important este să-i arătaţi aprecierea. Metoda de a face acest lucru ţine de creativitatea fiecărui manager în parte și de ce l-ar motiva pe respectivul angajat.

4) Fiecare dintre noi își dorește să fie recompensat

Angajaţii și managerii vor să știe că ceea ce fac ei este important și ajută la atingerea obiectivelor echipei și ale companiei. Nu este de ajuns să recompensăm doar angajaţii, ci și managerii, pentru că, de obicei, managerii recompensează și recunosc meritele angajaţilor lor, dar pe ei… cine-i recompensează? Așadar, trebuie avute în vedere toate persoanele care lucrează în respectiva companie, de la femeia de serviciu la președintele companiei, pentru că, fără ei, puzzle-ul ar fi incomplet. Femeia de serviciu și un om de vânzări sunt la fel de importanţi pentru o companie; este adevărat că cel care aduce banii companiei este omul de vânzări, dar fără un birou curat, fără plante udate la timp, în fine, fără condiţiile de igienă omul de vânzări nu și-ar putea face treaba. Ba, mai mult, dacă un client intră în sediul companiei, trebuie să vadă o clădire curată, impecabilă, altfel nu își poate face o părere bună despre respectiva companie. Așadar, fiecare persoană care lucrează într-o companie este importantă și trebuie avută în vedere atunci când facem un program de recompensă și recunoaștere.

5) Comportamentele sunt controlate de consecinţele lor

Urmările/rezultatele pozitive vor conduce foarte repede la comportamentul dorit al angajaţilor și, prin urmare, și la performanţă. Recompensa a funcţionat întotdeauna mult mai eficient decât pedeapsa (de exemplu: tăierea din salariu, ameninţări etc.). Atunci când un angajat se bucură că munca lui a fost apreciată, lăudată și recompensată, va dori ca acest lucru să se repete. În consecinţă, va lucra mai eficient, lucru care va conduce la performanţă.

6) Managementul este ceea ce faci cu angajaţii, nu ceva ce le faci angajaţilor

Spuneţi-le angajaţilor ceea ce vreţi să faceţi și de ce! Implicându-i și pe ei, veţi câștiga mai ușor sprijinul și dedicarea lor. Nu alcătuiţi un program de recompense pe care să îl impuneţi angajaţilor! Implicaţi-i și pe ei în alcătuirea lui, întrebându-i ce și-ar dori să conţină respectivul program. Implicându-i, vor avea un sentiment de importanţă, lucru care îi va atrage de partea voastră și a programului pe care doriţi să îl implementaţi. Angajaţii trebuie să înţeleagă din atitudinea dumneavoastră că programul de recompense este ceva ce faceţi pentru ei, nu ceva ce le impuneţi.

Bunul simţ nu e întotdeauna o practică comună

Nu ceea ce credeţi sau ziceţi e important, ci ceea ce faceţi. Recunoașteţi-le oamenilor rezultatele zilnice! Dacă vă doriţi de la angajaţi un anumit comportament, trebuie să aveţi comportamentul respectiv, să susţineţi prin comportamentul propriu strategia de motivare a angajaţilor. Fiţi exemplul de urmat pentru angajaţii dumneavoastră, așa cum spunea Gandhi: „Fii schimbarea pe care vrei să o vezi în lume!”

Scris de Oana Ibanescu

TEAMBUILDING LA BIROU – 82 DE EXEMPLE PRACTICE DE MOTIVARE NONFINANCIARĂ

Mic îndrumar pentru managerii care vor să constituie echipe eficiente

Actualul context economic are și partea plină a paharului, anume că ne împinge să ne imaginăm soluţii de eficientizare a activităţii companiei. **Teambuilding la birou** este un concept relativ nou. El se referă la acele activităţi care pot fi făcute la birou și au în vedere îmbunătăţirea atmosferei de lucru, creșterea coeziunii echipei și sudarea relaţiilor de echipă. „Teambuilding la birou" nu este numai o „soluţie de criză", ci poate fi o stare permanentă care are efecte benefice asupra angajaţilor. În primul rând, prin activităţi gen teambuilding la birou se realizează motivarea nonfinanciară a angajaţilor, iar un efect direct al motivării nonfinanciare duce automat la fidelizarea angajaţilor și la creșterea performanţei acestora.

Am scris foarte multe articole despre motivarea nonfinanciară, pe care le puteţi accesa gratuit pe site. În acest articol o să mă opresc la exemplificarea teambuildingului la birou prin câteva exemple pe care sper să le găsiţi utile. Unele idei, pentru a fi puse în practică, necesită un mic efort financiar, însă cele mai multe idei nu costă absolut nimic.

1. Mici cadouri, de aceeași valoare, dar diferite, oferite variat în funcţie de performanţe.
2. Când ceva pozitiv se întâmplă, scrie un bilet și pune-l într-o cutie specială („smile box"). Cineva va citi câte un bilet pe zi/săptămână.
3. Pune o steluţă aurită sau un post-it cu un mesaj de mulţumire pe computerul angajatului.
4. Un prânz de întâmpinare pentru colegii nou veniţi.
5. Un picnic cu toţi colegii din echipă este mai mult decât binevenit.
6. Bileţele de mulţumire scrise de mână (managerului)/ alternativ e-mail.
7. Anunţ în newsletter-ul companiei.
8. Pizza party cu tot departamentul.
9. Să citești scrisori de la clienţii multumiţi în faţa angajaţilor.
10. Fă un sondaj de opinie printre angajaţi ca să afli ce își doresc ei în ceea ce privește atmosfera de lucru.

11. Îngheţată/cafea etc. dăruite de către manager personal.

12. Recunoaștere one-on-one: întâlnire între manager și angajatul de recompensat.

13. Pauză de masă mai mare (într-o singură zi ☺).

14. Tricouri cu logo-ul firmei.

15. Ore/zile libere.

16. Cești de cafea personalizate.

17. O strângere de mână și o felicitare din partea ta/ a directorului general.

18. Prânzuri sau întâlniri cu echipa, în care sunt recunoscute meritele angajaţilor.

19. Bilete la film sau la teatru.

20. Să dai telefoane acasă să verifici dacă familia angajatului este în regulă, atunci când acesta este plecat într-o delegaţie.

21. Să tratezi persoanele ca pe unele profesioniste dacă vrei profesionalism din partea lor.

22. Mici premii oferite public pentru cea mai bună idee, cea mai bună sugestie, orientare către client etc.

23. O sesiune de motivare ţinută de managerul firmei (îi învaţă pe angajaţi că au încrederea, abilitatea și oportunitatea de a schimba și îmbunătăţi mediul personal și profesional).

24. Premii anuale care să poarte numele unor angajaţi care au făcut ceva memorabil.

25. Un simplu „Mulţumesc!" sau „Bravo!" are un efect magic.

26. Flori sau bomboane însoţite de o felicitare din partea managerului.

27. Întâlniri cu toţi colegii în afara locului de muncă, într-un spaţiu mult mai relaxant (ex: munte, o pădure, un lac etc.).

28. Prânzuri cu toată echipa, unde să se discute orice în afară de lucruri legate de serviciu.

29. Felicitări cu ocazia zilelor de naștere.

30. O echipă care, folosind un buget redus, să se ocupe de motivarea angajaţilor.

31. O cină plătită de firmă cu absolut toţi angajaţii firmei.

32. Flexibilitate în ceea ce privește alegerea perioadei de concediu pentru un angajat care a avut rezultatele cele mai bune sau a depășit targetul.

33. Apreciere spontană: un post-it pe care să scrie „Felicitări!" pe parbrizul mașinii.

34. Bilete la un meci de fotbal.

35. Un premiu trimestrial pentru cea mai bună participare/cel mai punctual angajat (premiul ar putea fi câteva ore libere).

36. Un premiu anual pentru cel mai punctual angajat (ex: un pix personalizat, o diplomă).

37. O sedinţă de masaj.

38. „Prietenul secret": de la angajat la angajat, aceștia își fac cadouri periodice care să amintească de evenimentele personale din viaţa angajaţilor.

39. Lasă-i pe angajaţi să plece mai devreme de la serviciu dacă și-au atins sau depașit targetul zilnic.

40. Adu ceva din vacanţă pentru angajaţii tăi.

41. Afișează o scrisoare de mulţumire a unui client.

42. Trimite-i o scrisoare de mulţumire soţului sau soţiei unui angajat pentru a-i mulţumi pentru sprijinul pe care i l-a acordat partenerului în ceea ce a întreprins.

43. Organizează pe zile muzica la birou (fiecare angajat, prin rotaţie, este disk-jockey-ul zilei)

44. Fii creativ în legătură cu zilele de naștere ale angajaţilor: în loc de baloane și prăjituri ca și cadou, „complotează" cu echipa ca să faceţi cadouri mai frumoase, personalizate și mereu altele.

45. Nu tolera bârfa! Încurajează atitudinile pozitive.

46. Cărţi de vizită personalizate cu porecle.

47. Mergeţi împreună cu toţi angajaţii la un restaurant și închinaţi un pahar de vin în cinstea tuturor angajaţilor, numind meritele pe care le are fiecare în echipă.

48. În cinstea unui obiectiv atins sau a unui rezultat foarte bun, cumpără un obiect (destul de mare; ar putea fi o sticlă de vin sau un tricou etc.) pe care să semneze toate persoanele care au lucrat la respectivul proiect. Puneţi-l la loc de cinste, astfel încât angajaţii să îl poată vedea și să își amintească cu plăcere de rezultatele pe care le-au obţinut la respectivul proiect.

49. Cafea/ceai gratis pentru angajaţi în zilele friguroase sau băuturi răcoritoare în zilele caniculare, invocând un rezultat bun pe care l-au avut; acestea au un efect mult mai bun dacă sunt servite de manager.

50. Fă-ţi întotdeauna timp să-ţi feliciţi și să-ţi încurajezi echipa.

51. Dă feedback zilnic în legătură cu performanţa angajaţilor.

52. Recunoaște în public meritele unui angajat.

53. Fă publice feedbackurile pozitive ale clienţilor.

54. Ca semn de recunoaștere, daţi angajaţilor produse ale firmei.

55. Cană de cafea personalizată (porecla, „Angajatul lunii decembrie” etc.).

56. Calendar anual cu toţi angajaţii companiei.

57. Întâmpină într-o dimineaţă angajatul sau angajaţii care au avut rezultate deosebite cu o cană de cafea de care să fie legate niște baloane.

58. Tricouri comemorative (care să amintească de un anumit proiect, de un anumit rezultat).

59. Un buchet de flori care să plece de la manager către un angajat care a avut rezultate foarte bune în ultima perioadă. Acest angajat va păstra buchetul de flori timp de o oră, după care îl va da mai departe unui coleg care consideră el că îl merită și tot așa… Acest procedeu poate continua atât de mult timp cât florile rămân proaspete.

60. Scrie câte trei lucruri pe care le apreciezi la membrii echipei tale și dă-le aceste notiţe personal.

61. Încurajaţi fiecare departament să aibă propriul lui program de recunoaștere.

62. Găsește cât mai multe motive ca să sărbătoriţi și să îţi faci colegii să simtă atmosfera plăcută de la serviciu.

63. Pizza gratis pentru o anumită persoană sau pentru un departament la depășirea targetului.

64. Întâlniri cu toţi angajaţii companiei, unde să se prezinte slide-show-uri cu poze ale angajaţilor și poze legate de rezultatele lor, pe fundal muzical (funcţionează pentru empowerment); managerul firmei felicită persoana/persoanele, echipa/echipele care au avut rezultate bune.

65. Trebuie să recunoști și să recompensezi și îmbunătăţirile angajaţilor, nu doar înalta performanţă.

66. Atunci când vezi ceva care nu funcţionează, dacă nu ai timp să te ocupi, notează-ţi!

67. Cultura organizaţională: în ce mediu a lucrat? Relaxant, intens, stresant.

68. Cum poţi să-i atragi pe cei mai buni? Fiind cel mai bun!

69. Daţi-le oamenilor ce se așteaptă și ceva în plus!

70. Unii angajaţi au memorie „selectivă”! Luaţi notiţe și faceţi o copie pe care i-o înmânaţi.

71. „Este posibil orice” versus „nu sunteţi în stare”! Se poate!

72. Sinergia echipei: inamicul comun, ţeluri comune, sărbătorirea victoriilor.

73. Degeaba ai ușa deschisă, dacă nu ai și mintea deschisă (judecă problema, nu persoana).

74. Păstrarea informaţiei reprezintă o sursă de putere, dar nu una motivatoare!

75. Cereţi ajutorul! Orice prost poate critica, condamna sau se poate plânge!

76. Nevoia emoţională primează în faţa oricărei nevoi! Oamenii vor să fie doriţi, apreciaţi, respectaţi și necesari.

77. Hoţia cea mai mare este lenea excesivă; când cineva este excesiv de leneș, așteaptă-te ca ceilalţi angajaţi să fie demotivaţi. Prin urmare, nu tolera lenea!

78. Motivare: normare... sau mai bine - repere!

79. Nu acorda premii fixe întotdeauna; acordă și variante când este posibil!

80. Sabotori externi, mesaje negative! Mesaj negativ... contrabalansează-l cu o vorba bună! Atitudine pozitivă!

81. Dacă tu crezi că poţi, atunci poţi; dacă tu crezi că nu poţi, atunci nu poţi! Ajută-i pe oameni să poată!

82. Angajaţii, înainte de toate, vor să știe cât de mult vă pasă de ei, nu cât de multe ştiţi!

Cum aplici aceste idei?

Pentru început le poţi printa pentru a le avea mereu în atenţie. Apoi alege să pui în practică numai câteva dintre ele. Nu încerca să le pui în practică pe toate odată, pentru că o să-i sperii pe angajaţi. Nicio idee nu funcţionează oricum și oriunde. Când una dintre idei nu funcţionează, încearcă altă idee. Aceste idei nu se bagă pe gât angajaţilor. Chiar dacă foarte multe dintre ele sunt foarte bune, au fost testate în companii. Este nevoie de tact și diplomaţie pentru a le pune în practică. Ideile sunt în esenţă lucruri mici care cu timpul pot duce la efecte spectaculoase. Nu există o reţetă standard privind forma de aplicare a lor, aceasta este aleasă de manager în funcţie de mediul organizaţional.

Mult spor în aplicarea ideilor!

Scris de Marian Rujoiu și Cristina Raţiu

ÎNNOIREA UNUI PROGRAM DE RECUNOAȘTERE

Nici măcar cel mai bun program de recunoaștere nu durează o veșnicie. Pentru ca un asemenea program să fie în continuare „proaspăt" și eficient, trebuie să evaluezi periodic ce merge bine și ce nu merge așa de bine în legătură cu programul. Indicatori că programul pe care îl folosești ar putea avea nevoie de o evaluare sunt:

Lipsa de încântare. Dacă energia pentru acest program a dispărut, astfel că nimeni nu mai vorbește despre el, despre persoanele care au fost recompensate cu acest program, despre rezultate, despre premiile puse la bătaie, atunci o evaluare a programului este necesară.

Participarea scăzută. Dacă odată cu trecerea timpului din ce în ce mai puțini angajați (și manageri) participă la acest program, este un semn clar că interesul pentru acest program este în continuă scădere. Un program de recunoaștere bun devine tot mai puternic cu trecerea timpului, iar angajații se simt onorați să participe la acest program; recunoașterea primită este valorificată.

Glume și plângeri. Dacă în loc să fie o sursă de mândrie, angajaţii fac glume pe seama programului de recunoaștere, iar cei care participă la el nu sunt onorați de acest lucru, este clar momentul să reevaluaţi scopul, credibilitatea și mecanica acestui program. Pentru ca programul de recunoaștere și recompensă să fie eficient, premiile primite prin intermediul acestui program ar trebui să fie o onoare, nu o glumă.

Reevaluarea programului

Orice program trebuie să înceapă prin colectarea de informaţii: cine folosește programul (și de ce) și cine nu folosește programul (și de ce nu)? Ce elemente ale programului sunt eficiente și agreate de angajaţi? Ce elemente ale programului sunt lipsite de popularitate printre angajaţi și ineficiente?

Puteţi obţine aceste informaţii printr-un simplu sondaj de opinie printre angajaţi, o discuţie într-un „focus group" (grup ţintă) sau chiar informaţii primite individual de la angajaţi. După aceea, această informaţie colectată devine punctul de plecare pentru revizuirea programului de recompensare și recunoaștere. Premiile puse în joc nu mai prezintă interes pentru angajaţi? Participanţilor le-ar plăcea o selecţie mai puţin riguroasă? Le-ar plăcea mai degrabă ca premiile să constea în obiecte pe care să le poată împărţi cu familia decât obiecte pe care le pot folosi doar individual? Durează prea mult să strângi punctele necesare? Faceţi schimbările de cuviinţă!!!

Păstraţi programul „proaspăt" și eficient!

Odată reenergizat, ce poţi face pentru a păstra programul „proaspăt" și eficient? Folosiţi varietatea!!! Schimbaţi felul în care comunicaţi despre program, bugetul pe care îl folosiţi pentru acest program, schimbaţi managerii care joacă un rol important în susţinerea programului ș.a.m.d. Adăugaţi bonusuri și surprize (cum ar fi un bonus pentru fiecare a zecea persoană recompensată sau un premiu pentru tot departamentul atunci când toată lumea din respectivul departament a fost premiată)!!! Sau, în mijlocul programului, îndreptaţi-vă atenţia către acei manageri care au jucat un rol important în demersul programului și care și-au făcut timp să recunoască meritele angajaţilor săi și continuă să folosească și să încurajeze programul (dacă managerii își recompensează angajaţii, pe manageri cine îi recompensează?).

Setaţi-vă așteptări realiste

Nu vă așteptaţi ca programul să funcţioneze pentru totdeauna. Majoritatea programelor de recunoaștere au o viaţă de la 12 până la 18 săptămâni. Este posibil să creaţi un program de recunoaștere eficient, care durează mai mult de 18 săptămâni, dar necesită din partea dumneavoastră un efort și mai mare pentru a păstra un nivel înalt de energie și pentru a face în așa fel încât angajaţii, nu conducerea, să fie elementele proeminente ale programului.

Implicaţi și persoanele din top management în programul de recunoaștere

Pentru ca un program de recunoaștere să reziste în timp, este nevoie de sprijinul și de implicarea top managementului. Acest lucru nu presupune doar o semnătură din partea unui manager pe un bilet de felicitare sau doar prezenţa fizică a managerilor la evenimentele de recunoaștere, ci, mai mult, managerii trebuie să folosească acest program zilnic pentru a le arăta angajaţilor că ei cred cu adevărat în el. Managerii, prin atitudinea lor, trebuie să încurajeze nu doar angajaţii, ci și pe ceilalţi manageri să folosească programul de recunoaștere și să evidenţieze oportunităţile de recunoaștere.

Nu există metodă corectă, care să fie pe placul tuturor!

Scris de Oana Ibănescu

3.2. Antreprenoriat

CUM POȚI DEVENI ANTREPRENOR?

Tot mai des, în ultima vreme, discutând cu oamenii online sau faţă în faţă, m-am confruntat cu situaţia în care ei jucau un joc al resemnării, al victimizării sau al pesimismului. Am auzit de zeci de ori următoarele cuvinte: „Am potenţial, am trimis CV-ul la sute de firme, însă nimeni nu mă angajează".

În afară de a-ţi mai aranja puţin CV-ul şi a nu mai transmite scrisori de intenţie „universale" potrivite pentru orice post vrei să aplici, există multe soluţii, mai poţi să faci ceva şi anume să-ţi deschizi propria afacere.

În acest articol mi-am propus să vorbesc despre primii paşi în antreprenoriat, mai ales în cazul în care ai un şef care nu-ţi place deloc şi consideri că ai potenţial. Nimic nu te opreşte să-ţi deschizi propria afacere.

Pentru început, aş vrea să-ţi spun ce nu-ţi trebuie obligatoriu pentru a deschide o afacere:

- nu-ţi trebuie un MBA;
- nu-ţi trebuie economii în bancă;
- nu trebuie să fii obligatoriu absolvent de facultate.

În schimb, pentru început îţi trebuie câteva lucruri:

1. hotărâre
2. putere de muncă
3. voinţă
4. credinţă în ideea pe care vrei să o pui în practică.

Prima problemă de care se lovesc „potenţialii antreprenori" este că în scurt timp ei constată: „Este mai greu decât credeam". În aparenţă, a fi propriul şef pare un lucru simplu văzut din exterior, de cele mai multe ori însă trebuie să munceşti mult mai mult pentru a avea propria afacere. Din această cauză spuneam mai sus că trebuie să ai putere de

muncă. Celelalte trei ingrediente (hotărârea, voinţa şi credinţa) îţi vor asigura energia necesară ducerii proiectului mai departe.

Primul obstacol, în cazul în care hotărâţi să vă deschideţi o afacere, sunt prietenii. Paradoxal, aşa este. Cei mai mulţi vă vor descuraja, nici n-o să termini de spus ideea şi-ţi vor zice: NU VA MERGE PENTRU CĂ...! Acesta este un adevărat război psihologic. O să auzi de atâtea ori acest lucru şi va fi foarte greu să ai puterea să mergi mai departe. Ca mecanism de apărare, ori de câte ori îţi va spune cineva acest lucru te poţi gândi: UITE UN ASPECT INTERESANT, O SĂ-L IAU ÎN CALCUL ŞI O SĂ GĂSESC CEA MAI BUNĂ CALE! Practic, poţi folosi toţi aceşti oameni care te descurajează în interesul tău, îi poţi folosi ca resurse. Până la urmă ei îţi dau „consultanţă pe gratis".

Ca primi paşi pentru a-ţi deschide o afacere sunt următorii:

1. Hotărăşte-te să devii antreprenor!
2. Găseşte ideea pe care vrei să o pui în practică!
3. Analizează ideea sub toate aspectele ei!
4. Caută peotenţiali parteneri în cazul în care consideri că ai nevoie!
5. Pune pe hârtie un mic plan de afaceri!
6. Aplică o strategie de marketing potrivită ideii!
7. Treci la implementare!

Eu, care scriu aceste rânduri, chiar consider că ştiu despre ce vorbesc. În urmă cu 5 ani, nu pot spune că nu-mi mergea bine, ba din contră. Am hotârât însă că doresc mai mult. Am devenit propriul şef, iar Extreme Training merge foarte bine. Am avut totdeauna o plăcere în a-i ajuta pe cei care vor să deschidă o afacere şi totdeauna i-am încurajat.

Scris de Marian Rujoiu și Dan Lambescu

TREI PROBLEME ALE AFACERILOR NOU INIȚIATE ȘI SOLUȚII ALE ACESTORA

Sunt trei probleme cu care se confruntă cel mai adesea start-up-urile din România

1. dorinţa de a vinde cât mai mult (nu se realizează segmentarea de piaţă)
2. lipsa de credibilitate din partea potenţialilor clienţi
3. lipsa pregătirii agenţilor de vânzări

În ce situaţii apare fiecare dintre aceste probleme?

Prima problemă apare în situaţia în care start-up-urile se adresează tuturor: persoane fizice, persoane juridice, instituţii, persoane de toate vârstele, indiferent de ocupaţie, indiferent de nevoile acestora. Kotler, părintele marketingului, spunea: ***„nu vă pot da formula succesului, dar v-o pot da pe cea a eşecului: încercaţi să mulţumiţi pe toată lumea!”***

Lipsa de credibilitate apare automat în cazul unui start-up. Potenţialii clienţi vor manifesta reticenţă crescută atunci când au de-a face cu o firmă proaspăt înfiinţată. Atunci când oamenii cumpără, sunt de cele mai multe ori atenţi pe ce dau banii, prin urmare sunt atenţi şi la experienţa furnizorului, la portofoliul acestuia.

A treia problemă, şi anume lipsa pregătirii agenţilor de vânzări, este una prezentă în majoritatea start-up-urilor. De obicei, din dorinţa de a eficientiza costurile şi prin prisma lipsei de experienţă, antreprenorii presupun că a vinde este un lucru foarte uşor. De obicei chiar antreprenorul face şi vânzările la început. Depinde însă de pregătirea antreprenorului. Dacă are experienţă în vânzări, atunci lucrurile sunt ceva mai simple. De cele mai multe ori însă, start-up-ul, din dorinţa de a nu investi foarte mult, angajează persoane la început de pregătire. Astfel, agentul start-up-ului va concura cu agenţi extrem de pregătiţi din companiile concurente. Aceşti concurenţi au investit în training pentru angajaţi şi au şi experienţă foarte bogată.

Care sunt cauzele fiecăreia dintre aceste probleme?

Efectele problemelor de mai sus fac de cele mai multe ori ca 9 din 10 afaceri să dea faliment în primii 5 ani. Prin prima problemă compania

va constata după scurtă vreme, fără să înţeleagă de ce, că are vânzări mult sub aşteptări. Lipsa unui segment de piaţă precis conduce prin sine la dezinteresul tuturor categoriilor către care s-a orientat, dintr-un motiv simplu: fiecare segment de piaţă va înţelege că nu se adresează lui, că se adresează în general tuturor.

Lipsa credibilităţii, a doua problemă întâlnită de majoritatea start-up-urilor, nu poate fi eliminată complet şi automat, cel puţin la început. Cel mai probabil nu vei avea vânzările spectaculoase.

A treia problemă, cea a lipsei de pregătire, la fel poate avea un efect devastator asupra companiei. Poţi să ai un produs extraordinar, fără agenţi însă care să ştie să pună în valoare beneficiile a ceea ce ai de oferit se poate ajunge în situaţia în care start-up-ul nu vinde absolut nimic.

Majoritatea start-up-urilor sunt predispunse la problemele de mai sus. Sunt predispuse mai ales start-up-urile conduse de un antreprenor specialist care nu are însă cunoştinţe despre marketing şi vânzări sau are foarte puţine. Altă cauză este ignoranţa și anume: neluarea în serios a problemei vânzărilor decât prea târziu, atunci când nu mai este nimic de făcut.

Cum poate fi evitată fiecare dintre aceste probleme?

Vestea bună este că aceste probleme pot fi evitate. Primul pas este conștientizarea acestor probleme și întocmirea unui plan de bătaie.

Segmentarea de piaţă trebuie făcută obligatoriu. Este bine să se facă puţin studiu sau să se apeleze la un specialist. Ideea este simplă: trebuie ca start-up-ul să poate descrie cât mai amănunţit cui se adresează şi apoi să-și facă toată promovarea în raport cu acest public ţintă. Trebuie să cunoști multe lucruri despre piaţa către care mergi: vârsta, obiceiuri, puterea de cumpărare, nevoile, problemele, aria geografică, hobbyuri etc.

Problema credibilităţii nu poate fi eliminată complet, ci pot fi făcute anumite lucruri pentru a o atenua. Multe companii folosesc preţul foarte mic drept strategie pentru intrarea pe piaţă, dar atenţie să nu fie extrem de mic pentru că va atrage multe suspiciuni. Apoi, pentru sporirea credibilităţii, puteţi abate atenţia prin lansarea unor produse sau servicii care au clar un avantaj competitiv faţă de celelalte. La fel, credibilitatea poate fi construită prin prezentările pe care le faceţi, prin profesionalismul web-site-ului și prin modul cum încercaţi să faceţi vânzare. În plus, solul credibilităţii afacerii va fi chiar agentul de vânzări. Acesta trebuie să fie un om integru, atent la nevoile clienţilor, un bun

vânzător și o persoană care trebuie să creadă cu adevărat în ceea ce vinde. Mai poate fi făcut ceva - și anume dezvoltarea unui marketing bazat chiar pe acţiuni care să sporească credibilitatea, cum ar fi: apariţii în presă, acţiuni demonstrative, articole de specialitate sau oferirea de mostre gratuite.

Pregătirea agentului de vânzări este aspectul esenţial. Acesta trebuie instruit continuu. Agentul de vânzări este cel care poate vinde și poate asigura profitul afacerii. Astfel, ca start-up ai două variante: fie iei o persoană mai puţin pregătită, dar cu potenţial și o instruiești cât mai repede cu putinţă, fie găsești o persoană cu experienţă în domeniu (experienţă de vânzare pe produse sau servicii similare).

Problemele de mai sus au soluţii și pot fi anticipate. Chiar și în cazul în care ai deschis afacerea și nu ai fost atent la aceste probleme, nu-i târziu nici acum. Practic, soluţiile de mai sus rămân de actualitate şi în cazul în care a trecut ceva timp de când au apărut problemele.

Problemele de mai sus nu apar doar în domeniul unei afaceri nou iniţiate. Ele pot să apară și la companiile aflate în dezvoltare sau chiar la cele ajunse la maturitate. Adaptaţi sfaturile de mai sus nevoilor companiei dumneavoastră și ori de câte ori aveţi o întrebare puteţi vizita blogul meu personal www.marian-rujoiu.ro urmând să vă răspund cu cea mai mare plăcere.

Scris de Marian Rujoiu și Cristina Raţiu

CUM ACCESEZI ŞI IMPLEMENTEZI PROIECTE CU FINANȚARE EUROPEANĂ

Din luna mai 2009 până în august 2010, Extreme Training derulează proiectul Business StartUp cofinanţat prin Programul Operaţional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane prin Ministerul Muncii, Familiei şi Egalităţii de Şanse şi de Uniunea Europeană prin Fondul Social European.

În interviul de mai jos cu Marian Rujoiu, General Manager Extreme Training, aflaţi detalii despre cum puteţi accesa acest program, despre scrierea şi managementul proiectului, precum şi sfaturi privind implementarea unui proiect cu finanţare europeană.

Cum a luat naştere ideea de proiect?

Proiectul s-a născut din dorinţa Extreme Training de a oferi posibilitatea tuturor celor interesaţi de a-şi dezvolta abilităţile antreprenoriale, fără implicaţii financiare din partea acestora. Totodată, a realiza un proiect cu finanţare din fonduri europene este o dovadă de implicare socială activă din partea unei firme, care conştientizează necesitatea atragerii acestor sume către sectorul privat, pentru dezvoltarea sustenabilă a acestuia. Pe lângă aceste aspecte am luat în calcul şi dezvoltarea companiei, proiectul contribuind din plin la împlinirea acestui deziderat.

Cum a decurs procesul de elaborare a proiectului/a cererii de finanţare? Ce dificultăţi aţi întâmpinat în elaborarea proiectului?

Având în vedere că unul din domeniile în care Extreme Training are expertiză este cel de scriere proiect/management de proiect, scrierea proiectului nu a reprezentat o problemă. Trebuie însă acordată o mare atenţie la Ghidul Solicitantului, care trebuie parcurs integral şi corelat în permanenţă cu corrigendum-urile pe care cei de la AM POSDRU obişnuiesc să le dea. Practic, trebuie să fii foarte atent şi să accesezi în permanenţă pagina web a Autorităţii de Management, pentru că regulile sunt schimbate în timpul jocului destul de des. De asemenea, sunt multe lucruri în ghidul solicitantului destul de subiective, care lasă loc de intrepretare, şi o parte dintre ele nu pot fi clarificate nici măcar de reprezentanţii AM POSDRU.

Care este, după părerea dvs., cea mai importantă parte din cererea de finanţare/proiect căreia solicitanţii trebuie să îi acorde maximă atenţie?

Bugetul este un element esenţial în cadrul oricărui proiect, după cum reiese şi din punctajul pe care un proiect îl poate obţine la evaluarea bugetului în cadrul POSDRU: 25 de puncte din 100. Practic, este necesar ca bugetul să fie unul realist în primul rând, corelat cu preţurile actuale ale pieţei, şi cât mai bine detaliat pentru a putea fi ulterior şi uşor de gestionat. Este foarte important să se respecte toate plafoanele prevăzute în ghidul solicitantului, cum sunt de exemplu costurile de tip FEDR (investiţii, echipamente etc.) costuri care nu trebuie să depăşească 10% din valoarea totală a proiectului pentru axele prioritare 1-5 şi maxim 15% pentru axa prioritară 6. Un algoritm similar se aplică şi costurilor administrative, care nu trebuie să depăşească 7% din valoarea costurilor directe ale proiectului. Chiar dacă aplicaţia electronică permite transmiterea bugetului într-o formă foarte sintetizată (se transmit numai totalurile categoriilor de cheltuieli, fără a prezenta şi modalitatea de calcul folosită care a generat acele sume), solicitantul are la dispoziţie 7.000 de bytes pentru a justifica bugetul, câmp în care trebuie explicat algoritmul de calcul şi argumentate sumele în cauză.

Un alt element important al cererii de finanţare îl reprezintă justificarea proiectului, câmp în care solicitantul de finanţare trebuie să aducă argumente solide pentru a convinge evaluatorul de necesitatea finanţării şi implementării proiectului.

Practic, trebuie prezentate, detaliate cantitativ şi calitativ nevoile care afectează situaţia grupului ţintă vizat de proiect, beneficiile aduse de proiect şi modul în care proiectul va răspunde sau va încerca să soluţioneze problemele grupului ţintă şi valoarea adăugată a proiectului.

Nu este de neglijat nici capitolul sustenabilităţii, care este de altfel foarte important în convingerea evaluatorului că proiectul îşi va continua efectele asupra grupului ţintă şi după finalizare. Astfel că trebuie detaliate modalităţile prin care se va autosusţine proiectul din punct de vedere financiar şi din punct de vedere instituţional, după finalizarea acestuia.

Care este efortul de timp pe care un solicitant trebuie să îl aloce pentru redactarea unei cereri de finanţare?

Dacă partenerii sunt deja agreaţi/stabiliţi şi există datele necesare (cantitative şi calitative despre grupul ţintă), aproximativ 8-10 zile sunt suficiente pentru elaborarea proiectului. Nu este însă o regulă generală pentru fiecare proiect, deoarece în funcţie de complexitatea acestuia şi de numărul de parteneri, efortul necesar pentru elaborarea şi

definitivarea proiectului poate fi mai mare sau mai mic, depinde de situaţie.

Cum apreciaţi modalitatea de transmitere a proiectelor specifică POS DRU, prin utilizarea aplicaţiei online action web?

Este o modalitate mult mai la îndemâna beneficiarilor şi care contribuie la realizarea unor economii în termen de timp, resurse financiare şi umane, faţă de depunerea clasică a unui proiect, de regulă în 3 copii şi un original cu toate documentele aferente, ajungându-se de cele mai multe ori la tone de hârtie consumate inutil. Pe de altă parte, limitarea dimensiunii câmpurilor din cererea de finanţare, practice, încadrarea în numărul maxim de bytes permişi reprezintă o adevărată provocare pentru că trebuie să convingi evaluatorul că proiectul propus este necesar şi merită finanţarea. Aşa că în cuvinte puţine trebuie detaliat cât mai exact cu date concrete că nevoile cu care se confruntă grupul ţintă nu sunt satisfăcute prin intermediul altor activităţi şi că proiectul îşi justifică necesitatea.

Cât de mult a durat perioada de evaluare/aprobare a proiectului?

De la momentul depunerii proiectului până la iniţierea procedurii de contractare şi semnare a contractului de finanţare a trecut o perioadă de aproximativ 8 luni. Proiectul a fost depus în iulie 2008, iar contractul de finanţare l-am semnat la începutul lui 2009.

Cum a decurs procedura de contractare? Cât de uşor aţi intrat în posesia prefinanţării?

În perioada de contractare ne-au fost solicitate o serie de documente justificative, care să dovedească statutul firmei, situaţia economică a acesteia, cât şi a partenerilor din proiect. Trebuie mare atenţie la documentele solicitate şi trebuie obţinute foarte repede deoarece timpul de depunere al acestora este foarte scurt, de regulă 10-12 zile calendaristice. Practic, după ce ai semnat contractul poţi intra în posesia prefinanţării realizând o cerere prin care o soliciţi. În cazul nostru, banii din prefinanţare ne-au fost viraţi destul de repede în contul proiectului. În momentul de faţă suntem la depunerea primei cereri de rambursare, la care s-a muncit destul de mult având în vedere toate documentele solicitate. Cel mai dificil este cu fişa de identificare a grupului ţintă, deoarece pentru fiecare persoană implicată în activităţile proiectului este necesar să prezinţi autorităţii de management un formular individual cu datele de identificare ale acesteia. Astfel că, dacă ai un grup ţintă de 1.000 persoane, vei avea de realizat cel puţin 1.000 de astfel de formulare.

Cum decurge implementarea proiectului? Care este modalitatea agreată de Autoritatea de Management în privinţa utilizării contribuţiei proprii în proiect?

Implementarea proiectului a decurs fără probleme până în acest moment, toate activităţile realizate fiind conforme cu graficul de activităţi. În primele 6 luni de implementare am achiziţionat materialele şi echipamentele bugetate în proiect, a fost realizat web-site-ul proiectului şi s-a demarat campania de informare a grupului ţintă cu privire la oportunităţile proiectului. Din toamnă vor începe cursurile. În privinţa prefinanţării nu există o regulă aplicabilă tuturor beneficiarilor, sau cel puţin nouă nu ne-a fost comunicată de AM POSDRU. Noi am mers pe varianta în care am asigurat partea de contribuţie proprie pentru prima tranşă de rambursare, ceea ce înseamnă că din suma solicitată vom primi cu 5% mai puţin.

Ce sfat puteţi acorda potenţialilor beneficiari de finanţare în ceea ce priveşte procesul de elaborare, contractare şi implementare a proiectului?

Să lucreze cu multă atenţie faţă de documentele importante: ghidul solicitantului, corrigendum-uri etc., să ceară în permanenţă clarificări la AM POSDRU atunci când aspecte din ghid par foarte subiective şi să menţină lucrurile cât mai simple şi pe înţelesul evaluatorilor. Cu atât mai mult cu cât există limitarea de spaţiu pentru cererea de finanţare. Având în vedere experienţa noastră, am hotărât organizarea de sesiuni de training pentru împărtăşirea experienţei noastre în detaliu. Detalii despre cursuri pot fi găsite pe www.traininguri.ro. Extreme Training este o companie ce oferă servicii de training în domeniul managementului şi al negocierii, înfiinţată în 2005. Misiunea Extreme Training este de a crea angajaţi mai performanţi, de a dezvolta abilităţi şi de a găsi soluţii.

Sper ca aceste informaţii să vă fie de un real folos!

Interviu acordat de Marian Rujoiu

MANAGEMENTUL VIEȚII ŞI AL RESURSELOR UMANE

Management: lăsat singur, cuvântul nu excelează prin înţeles. Asociat altor cuvinte, prinde sens (încearcă Viaţa, Resurse Umane). Intensitate sensului e variabilă.

Managementul Vieţii începe cu ţipătul pornit din Mintea goală în ticăitul Programat al Timpului.

Intrăm în prima organizaţie, Familia, ca membru cu drepturi depline. Creştem în cultura ei organizaţională, ne dezvoltăm, evaluăm şi ne lăsăm evaluaţi, recompensaţi şi pedepsiţi, dezvoltaţi, măsuraţi cu Hărţi de Competenţe gândite de generaţii trecute, care ne pregătesc pentru un viitor neclar şi-n mintea lor.

Ca membru cu drepturi depline, aşa mic, devii managerul propriei tale vieţi, contribuind – sau NU – la dezvoltarea culturii organizaţionale în care ai intrat.

Te laşi modelat ca o plastilină de cei care îţi „vor binele", ajungând să trăieşti într-o cămaşă de forţă care nu are nicio legătură cu viaţa ta, cu dorinţele şi aspiraţiile tale. Ajungi să accepţi fără împotrivire Cultura organizaţională tip:

„Fii cuminte!
Nu e frumos!
Să nu mă faci de râs!
Fă ce-ţi spun!
Mănâncă tot!
Nu mai băga aia în gură!
Nu plânge!
Fii bărbat!
Nu aşa se poartă o domnişoară!
Îmbracă-te cu asta!
Tunde-te!
Nu vorbi urât!
Ai grijă cum te porţi!"

Sau te revolţi şi devii un copil „rău"…

Cu Binele şi Răul învăţate din poveşti, ajungi în cultura organizaţională a şcolii. Aici - ca şi acasă - ţi se spune că trebuie să fii

cel mai bun, să fii la fel de bun la toate (!), ţi se interzice să scrii cu stânga (deşi tu cu stânga simţi că poţi să scrii şi nu înţelegi ce-i rău în asta!), încerci să desluşeşti Competiţia ca bază a succesului multilateral (!). Pe nimeni nu interesează talentul tău.

Ajungi din nou la Modelare… sau la Revoltă când înţelegi că dorinţele tale diferă de-ale lor, încercând să te formezi liber după propriile tale reguli şi aspiraţii. În căutarea propriei Căi, accepţi doar minima reglementare a Punctului de Start şi de Sosire asumându-ţi alegerea traseului dintre cele două repere.

Cu 7 ani de acasă şi ceva şcoală, ajungi în prima companie dispusă să primească generaţia de mâine.

Dacă te simţi bine, rămâi şi parcurgi diverse dimensiuni ale Resurselor Umane, pe care le ştii deja din managementul propriei Vieţi: Selecţie şi Integrare, Evaluarea Performanţei, Training şi Dezvoltare, Compensaţii şi Beneficii, Managementul Competenţei, Succesiune şi Carieră, Managementul Capitalului Uman, Dialog Social şi Relaţii de Muncă.

Dacă nu, pleci în căutarea Împlinirii şi Fericirii într-o organizaţie ale cărei interese şi valori se suprapun peste interesele şi credinţele tale. Sau rămâi şi dacă nu ţi-e bine, trăind Nemulţumit cu tine şi cu ceilalţi asemeni ţie.

Repetarea conduce la învăţare. Uneori, rareori, la înţelegere.

Repetarea exagerată conduce la pierderea sensului. Limita Învăţare/Înţelegere / Pierderea sensului este individuală. Îmi vine în minte o integrală simplă dintr-o funcţie de Repetare (x), aplicabilă în intervalul închis [Învăţare; Pierderea sensului] cu valori în [Împlinire Profesională; Viaţă Personală].

Managementul Vieţii seamănă cu Managementul Resurselor Umane?

Posibil. Amândouă au dimensiuni comune şi se învaţă!

Scris de Florin Rău

SFATURI CHEIE ÎN RECRUTARE

Am și eu nevoie de niște sugestii referitoare la recrutarea unui director de vânzări. Cam pe ce anume ar trebui structurat interviul și ce teste ar fi relevante pentru a obține rezultatele necesare? Vă mulțumesc!

Cam asta ar fi problema. Eşti pus în situaţia de a face o recrutare şi nu ştii dincotro să o apuci! În acest capitol o să găsiţi câteva sfaturi pentru a face o recrutare eficientă, exemplificând cazul de faţă, cel al directorului de vânzări!

De unde începem?

Începem prin a ne clarifica ce vrem de la postul respectiv. Adică trebuie să definim rezultatele. Înainte de a face postul public, înainte de a te întâlni cu potenţialii candidaţi trebuie să ştii clar ce cauţi. Ce cauţi s-ar putea să fie definit în fişa postului. Dacă fişa postului nu te ajută prea mult, fiind foarte generală, vei merge mai departe şi vei întocmi profilul candidatului ideal. În cazul de faţă, având informaţii minime, pentru directorul de vânzări eu aş propune următorul profil cadru:

1. să cunoască domeniul vânzărilor;
2. să cunoască domeniul în care urmează să activeze;
3. să fie orientat către rezultate;
4. să aibă bune abilităţi de comunicare;
5. să aibă abilităţi de coordonare;
6. să poată privi o situaţie atât în ansamblu, cât şi în detaliu;
7. să aibă iniţiativă;
8. să aibă capacitate analitică şi sintetică;
9. să fi lucrat minim 1 an în domeniul vânzărilor;
10. să aibă minime abilităţi manageriale şi de leadership.

Cam aceasta ar fi o fişă cadru. Aici trebuie să fii foarte atent, pentru că a şti să vinzi şi a conduce o echipă de vânzări sunt două lucruri total diferite. Multe companii eşuează promovând în această funcţie pe cel care are rezultatele cele mai bune în teren. Eşuează pentru că cel care s-a dovedit foarte bun în a vinde un produs nu are abilităţi manageriale (de a conduce o echipă). Prin urmare, cine are rezultate foarte bune nu este obligatoriu cel mai bun manager. Sunt viziuni şi păreri că aceste

domenii nu au nicio legătură, mergând până la a spune că un şef nu trebuie să fi avut neapărat experienţă în domeniu. Un şef trebuie să aibă capacitatea de a-i motiva, de a-i încuraja, de a-i monitoriza, de a-i controla.

După cum observaţi, într-adevăr fişa de post a unui director de vânzări este cu mult diferită de cea a unui agent de vânzări!

Pasul 2 – Anunţul de recrutare

Aici are loc adevărata triere. Anunţurile nu trebuie să fie nici de jumătate de pagină, nici de un rând, ele trebuie să aducă oamenii care pe tine te interesează. Pot să-ţi sosească şi 1000 de CV-uri şi să nu găseşti pe nimeni potrivit! Anunţul trebuie să fie bine direcţionat astfel încât să ai posibilitatea de a alege pe cel mai bun dintre cei buni! De exemplu, dacă ai nevoie de o secretară poţi da un anunţ de genul: *Angajăm persoană organizată pentru activitate de secretariat. Persoanele interesate sunt rugate să ne trimită prin fax şi e-mail CV şi scrisoare de intenţie.* Probabil mai poate fi lucrat la acest anunţ, însă acesta mi-a trecut prima dată prin minte. Scopul acestuia este de a găsi persoana potrivită. Prin urmare, o activitate de secretariat înseamnă faxuri, e-mailuri, organizare etc. Puţine persoane vei găsi dispuse să-ţi trimită CV-ul atât prin fax cât şi prin e-mail. Însă acele persoane care îţi vor trimite sunt mai degrabă potrivite pentru această activitate! Nu vreau să lungesc explicaţia, voi mai da încă un exemplu pentru clarificare.

De exemplu, cel al directorului de vânzări. Presupunând că eşti într-o situaţie de declin şi ai nevoie de un director de vânzări care să aibă iniţiativă! Cum poţi da un anunţ astfel încât să nu spui doar că vrei un director cu iniţiativă, ci să şi găseşti un director cu iniţiativă! Nimic mai simplu! Anunţul tău trebuie să verifice dacă el are iniţiativă sau nu. Astfel, cel mai potrivit anunţ poate fi ceva de genul acesta: Companie multinaţională de bere aşteaptă să o suni pentru a te programa la un interviu în vederea ocupării postului de director vânzări. Află mai multe detalii şi programează-te la interviu la telefon 0726.00.55.33.

Într-adevăr, anunţul este destul de agresiv, însă el îţi poate asigura succesul. Nu vă aşteptaţi ca telefonul să sune nonstop, pentru că acesta nu va suna. Scopul nostru nu este însă de a avea activitate telefonică, ci de a găsi candidatul potrivit din miile de candidaţi ce-şi caută loc de muncă! Anunţul dat ne garantează că doar cei cu iniţiativă vor suna.

La fel şi pentru un agent de vânzări, poţi insera în textul anunţului:

Sună-ne şi convinge-ne că eşti ceea ce noi căutăm! Când aceştia sună, poţi face de asemenea o triere, prin întrebări filtru. Să sperăm că vei aplica această tehnică, pentru oricare din posturile pe care le ai vacante. Să trecem însă la pasul următor.

Pasul 3 – Interviul

O întrebare bine pusă face cât o mie de răspunsuri! Odată ce ai stabilit ce vrei, trebuie doar să-ţi dai seama dacă persoana pe care o ai în faţă este în conformitate cu ceea ce cauţi. Un specialist în recrutare ştie ce are de făcut, însă câteva sfaturi în plus nu strică nimănui. Să spunem că te interesează capacitatea lui de sinteză. Pune-l să-ţi spună o părere generală despre evoluţia vânzărilor de dero (un domeniu pe care-l cunoaşte sau care te interesează să vezi dacă-l cunoaşte). Din răspunsul lui vei vedea dacă are capacitate de sinteză, în sensul că a surprins (sau nu) principalele aspecte pe această zonă. Dacă el cunoaşte domeniul, însă a abordat numai un aspect din acest domeniu pe care l-a despicat până în cel mai mic detaliu, s-ar putea să fie un om profesionist, însă nu este ceea ce cauţi tu. Presupunând că ţi-a răspuns foarte bine în ansamblu, vezi în detaliu cum se descurcă!

Alte exemplificări

De exemplu, vrei să afli dacă este orientat către rezultate, întreabă-l ce a făcut în ultimul an! Unii vor vorbi despre realizările lor, de rezultatele pe care le-au avut, alţii vor vorbi despre capacitatea lor de a rezolva probleme, iar alţii doar despre probleme, alţii nici de rezultate nici de probleme! Acum tu, dacă ştii ce cauţi, vei şti dacă ai în faţă candidatul pe care-l cauţi sau nu! Evident, întrebări suplimentare sau de control nu strică niciodată!

Să presupunem că vrei un angajat fidel companiei, care nu va fugi la concurenţă cu prima ocazie, cu tot cu informaţiile din compania ta. Astfel că îl poţi întreba despre compania în care a lucrat, cere-i cât mai multe informaţii. Dacă îţi va da toate informaţiile pe care i le ceri, cu siguranţă nu este ceea ce tu cauţi. Bine că ai aflat din timp J!

Dacă vrei să afli cât sunt de importanţi pentru el oamenii pe care-i coordonează. Tu ca angajator ar trebui să ştii dinainte ce director cauţi, unul care să pună compania în primul plan sau unul care pune angajatul în primul plan! Pune-l să-ţi vorbească despre ultima vacanţă, de exemplu, şi ascultă! Nici prin cap nu-i va trece ce urmăreşti. Observă

dacă îţi vorbeşte de locuri, de facilităţi etc... îţi vorbeşte despre oamenii pe care i-a cunoscut sau îţi povesteşte despre ambele. Tu ştiind ceea ce cauţi!

Să presupunem că ai nevoie de un om plin de creativitate, preocupat în permanenţă de noi soluţii, noi oportunităţi. Sau poate, din contră, vrei un om care să respecte clar regulile, să nu reacţioneze niciodată sub impuls, care să respecte procedurile înainte de toate. Aici numai tu ştii ce cauţi! Pune-l să-ţi povestească despre ultima problemă pe care a rezolvat-o. Cu siguranţă cel intervievat va crede că eşti interesat de capacitatea lui de a rezolva probleme, însă tu, ca un fin recrutator ce eşti, vei fi foarte atent să vezi şi să asculţi care este mecanismul prin care el a rezolvat problema! Astfel că el fie va insista pe soluţiile geniale pe care le-a identificat, fie pe procedura standard, care oferea o rezolvare clară!

Cât priveşte partea de cunoştinţe, aici trebuie să-i pui întrebări din domeniu. Întrebarea clasică pentru un agent de vânzări este cum vinzi o sobă la Ecuator sau cum vinzi un frigider la Polul Nord. De regulă, Extreme Training tratează acest subiect al descoperirii a ceea ce ai în faţă la cursul de manipulare, abia apoi vine pasul doi, acela în care trebuie să acţionezi!

În concluzie:

1. Trebuie să ştii ce cauţi
2. Interviul îţi va oferi ocazia să afli dacă cel pe care-l ai în faţă este în conformitate cu ceea ce tu cauţi
3. Întrebările bine puse îţi pot oferi mai multe informaţii decât îţi închipui!
4. Limbajul celui intervievat îţi va spune clar ce fel de persoană ai în faţă.

Mai sunt un infinit de lucruri ce pot fi abordate la capitolul recrutare, însă am preferat să le aduc în discuţie pe acelea care vă pot ajuta să găsiţi ceea ce căutaţi. Cu această ocazie, şi cealaltă categorie, a celor care merg la un interviu, văd că nu e deloc simplu, mai ales dacă în faţă este un profesionist! Capcanele vor fi la tot pasul!

Mult succes!

Scris de Marian Rujoiu și Alina Rujoiu

PROIECT DE SUCCES SAU PROIECT EŞUAT?

În ultima perioadă, discuţiile despre proiecte s-au înmulţit şi s-au înteţit... Oameni obişnuiţi, anonimi (în înţelesul propriu al adjectivului), „vedete" ale mass-media, entităţi diverse, dar şi mari corporaţii multinaţionale utilizează cu o frecvenţă năucitoare termenul „proiect" în discuţii mai mult sau mai puţin serioase, în ştiri şi în comunicate de presă. Toate aceste „proiecte" şi proiecte fie se materializează (rareori în condiţiile gândite iniţial), fie sunt abandonate în diferite stadii.

Recent, am intrat în posesia câtorva date statistice aduse la cunoştinţa publicului de către Standish Group International, referitoare la proiecte. Astfel, dintre toate proiectele ce se realizează pe plan mondial, doar circa 16% sunt încheiate la timp, încadrându-se în buget, oferind livrabile la calitatea convenită; aproximativ 30% dintre proiecte sunt stopate din diferite motive, iar restul de circa 54% sunt duse la îndeplinire:

- fie cu depăşiri substanţiale ale timpului alocat (durata finală, în medie, fiind mai mult decât dublă faţă de cea planificată);

sau/şi

- având costuri care reprezintă aproape dublul bugetului.

Cifrele nu s-au modificat substanţial faţă de acum 4-5 ani, ceea ce poate conduce la ideea că progresul tehnologic nu determină, în mod concludent, performanţa în managementul proiectului.

La prima vedere, doar 16% dintre proiectele demarate sunt de succes, restul fiind într-un fel sau altul, eşuate.

De ce merită să discutăm aceste date? Pentru că:

- un proiect de succes determină încredere care, bine gestionată, devine un ingredient nelipsit al succeselor unor viitoare proiecte; organizaţiile care realizează proiecte de succes vor repeta experienţa, provocând şi producând schimbări benefice;
- un proiect eşuat provoacă teamă, reţinere, neîncredere în capacitatea de a duce lucrurile la bun sfârşit, cu toate consecinţele corespunzătoare; organizaţiile care înregistrează un proiect eşuat vor depune eforturi mari pentru a-şi menţine competitivitatea.

Cadrul teoretic al conceptului de proiect este definit de triada **buget/durată/calitate**.

Depăşirea limitei bugetului, creşterea duratei sau neîndeplinirea condiţiilor de calitate convenită fac, tot la nivel teoretic, să discutăm despre un proiect eşuat. De foarte multe ori însă, realitatea este mult, mult mai nuanţată. Situaţiile concrete pot balansa proiectul spre succes ori spre eşec.

Să ne imaginăm că proiectul se finalizează într-un timp mai scurt decât durata planificată, calitatea este cea dorită, dar bugetul este depăşit. Este oare acesta un proiect eşuat?

Depinde: sunt situaţii când, pe parcursul derulării proiectului, sponsorul sau clientul cer scurtarea duratei proiectului, asumându-şi depăşirea bugetului.

O altă situaţie este cea în care este necesară reducerea bugetului, chiar dacă durata iniţial planificată este depăşită. Nici în acest caz nu se poate afirma că proiectul a eşuat.

Pe de altă parte, o situaţie contrară poate fi aceea în care, deşi toate elementele triadei de care discutam au fost îndeplinite, livrabilul proiectului nu mai provoacă acea schimbare benefică dorită iniţial sau provoacă chiar schimbări nedorite. Este un exemplu, paradoxal în aparenţă, de proiect eşuat.

Deşi am marcat situaţii în care, la prima vedere, înţelesul comun al succesului sau al eşecului unui proiect este contrazis, în cele ce urmează vom îndrepta discuţia către situaţiile majoritare, unde nu mai poate fi loc de nuanţe.

1. Depăşirea bugetului – ca factor de eşec al unui proiect

Iată prezentarea succintă a doar câtorva cauze majore ce pot determina creşterea nedorită şi incontrolabilă a bugetului:

a) studii precare de fezabilitate financiară, tehnică, socială, a mediului, managerială, organizaţională;

Fezabilitatea financiară trebuie să determine foarte corect cash-flow-ul, ratele de actualizare, IRR-ul. Cea tehnică va analiza modul de angrenare a noului sistem, creat prin proiect, cu cel existent. Componenta de mediu şi cea socială vor aborda preocupările celor implicaţi în proiect asupra măsurilor de protejare a mediului şi a impactului asupra comunităţilor locale afectate de proiect. Din punct de vedere managerial se determină implicaţiile privind relaţiile şi practicile de muncă. În fine, trebuie apreciat corect, prin prisma culturii organizaţionale, în ce măsură proiectul motivează şi poate fi acceptat şi susţinut.

b) analiza şi managementul riscului tratate superficial;

Este evident că riscurile neidentificate sau cele evaluate greşit (ca probabilitate şi/sau impact) vor necesita costuri extrabugetare pentru a fi tratate. Se poate ajunge chiar în situaţia extremă de a abandona proiectul, ceea ce implică pierderea tuturor resurselor consumate până la momentul materializării riscului neidentificat.

c) durata mare a ciclului de viaţă elementar al proiectului;

Este, în sine, un risc - datorită aspectelor PESTLE (politic, economic, social, tehnic, ecologic, legislativ) care pot schimba radical condiţiile în care proiectul evoluează, implicit costurile acestuia.

d) estimarea / planificarea deficitară a resurselor financiare;

Estimarea greşită duce la însăşi creşterea finanţării, cât şi a costurilor finanţării; planificarea deficitară provoacă sincope în respectarea calendarului proiectului, ceea ce determină esenţial creşterea bugetului.

e) probleme financiare cu care se confruntă sponsorul;

Pot duce la cheltuieli suplimentare de conservare, de reprogramare, la materializarea unor riscuri care nu au fost tratate în planul de proiect, cu reflectare în mărirea bugetului.

f) probleme de comunicare apărute în procesele de management de proiect.

Constituie o cauză frecventă a creşterii bugetului proiectului. O bună comunicare cu stakeholderii (în special cu sponsorul şi clientul), dar şi între membrii echipei de proiect preîntâmpină multe acţiuni de corecţie ce se pot dovedi foarte costisitoare pentru buget, dar şi pentru durata proiectului.

2. Depăşirea duratei – ca factor de eşec al unui proiect

De ce depăşirea duratei planificate etichetează, de multe ori, un proiect ca fiind eşuat?

Explicaţia este evidentă: în multe organizaţii, realizarea unui proiect face parte din planificarea strategică. Or, creşterea duratei provoacă decalări ale altor proiecte, ceea ce cauzează imposibilitatea atingerii obiectivelor stabilite (aşa cum au fost formulate) la momentele planificate. Iată doar câteva posibile cauze care pot provoca depăşirea duratei proiectului :

a) planificare defectuoasă;

Nu a fost corect identificată succesiunea activităţilor din structura WBS, relaţiile dintre activităţi, nu sunt corect alocate resursele, ceea ce duce la depăşirea marjelor activităţilor.

b) management inadecvat al echipei de proiect

Locul şi rolul membrilor echipei nu sunt suficient cunoscute; aceştia nu cunosc bine ce au de făcut, se iroseşte timp pentru clarificări şi acţiuni corective.

c) factorii PESTLE.

Ca şi în cazul depăşirii bugetului, creşterea probabilităţii de manifestare apare la proiecte ale căror cicluri elementare de viaţă sunt relativ mari (în general de ordinul anilor).

3. Calitatea necorespunzătoare – ca factor de eşec al unui proiect

Calitatea necorespunzătoare a livrabilului unui proiect poate fi privită din cel puţin două perspective:

a) ca şi percepţie a existenţei unor neconformităţi (pornind de la definiţia „calitatea este măsura în care un set de caracteristici esenţiale corespund anumitor cerinţe");

În acest caz, este banal de constatat discrepanţa între cererea clientului şi livrabilul proiectului (clientul doreşte culoarea alb şi i se livrează negru).

b) ca şi distanţă între cerinţele şi nevoile clientului.

Această perspectivă aduce în discuţie abilitatea echipei de management de proiect (şi, implicit, a managerului de proiect) de a menţine în permanenţă o comunicare adecvată cu clientul pentru a identifica adevăratele nevoi ale acestuia, nevoi pe care acesta le cuantifică iniţial, în mod vag, în cerinţe. Continua comunicare va facilita reducerea diferenţei cerinţe-nevoi. E posibil ca cerinţele să nu fie foarte clar reprezentate şi formulate de către client încă din fazele iniţiale ale proiectului (un exemplu exagerat: „pantof comod" poate avea pentru client semnificaţia „în care să te simţi confortabil timp de 10 ore", în timp ce pentru managerul de proiect poate însemna „care să poată fi încălţat fără aplecare").

Scurta analiză a modurilor în care cele trei elemente definitorii ale proiectului pot face diferenţa între succes şi eşec evidenţiază un factor comun ce acţionează asupra tuturor componentelor triadei. Îmi voi lua libertatea de a-l numi „factorul social al managementului de proiect", deoarece include relaţii complexe (comunicare, motivare, recunoaştere, recompensare, leadership etc.) de natură socială, ce se stabilesc între toate părţile implicate în proiect (sponsor, manager proiect, echipă,

client, ceilalţi stakeholderi). Importanţa acestui factor constă, deci, atât în omniprezenţa sa pe parcursul întregului ciclu elementar de viaţă al proiectului, cât şi în potenţialul de a stabili sensul schimbărilor provocate de proiect.

Faptul că un proiect a realizat obiectivele în durata stabilită, cu bugetul aprobat, la calitatea convenită, face, în mod suficient, să fie considerat de succes?

Pentru cei tentaţi să dea, în mod grăbit şi neîndoielnic, un răspuns afirmativ, voi oferi câteva argumente în favoarea meditaţiei...

Revine îndoiala strecurată de răspunsul a cărui formulare se deschide cu „depinde...":

- depinde de capacitatea organizaţiei de a-şi continua activitatea după ce livrabilul a fost predat clientului (nimeni nu poate avea pretenţia realizării unui proiect „de succes" în urma căruia organizaţia să-şi vadă ameninţată existenţa);
- depinde de modul şi măsura în care schimbările produse de realizarea proiectului sunt benefice pentru organizaţie;
- depinde de modul în care clientul percepe calitatea livrabilului proiectului, în conformitate cu cerinţele sale;
- depinde de modul în care, în urma realizării proiectului, clientul devine fidel organizaţiei.

Aşadar, pentru a da şanse unui proiect să fie de succes, echipa de management a proiectului se va asigura, cu necesitate, că:

✓ are confirmarea clientului că a înţeles, fără echivoc, necesităţile acestuia, necesităţi care trebuie îndeplinite de proiect;

✓ proiectul porneşte de la un studiu de fezabilitate corect întocmit;

✓ obiectivele proiectului sunt S.M.A.R.T.;

✓ proiectul nu depăşeşte, ca durată, un timp suficient de mic, astfel încât schimbarea mediului extern (mediu ce nu poate fi controlat de echipă) să fie predictibilă, pentru a permite o planificare corectă. Este de preferat ca, în cazul unor proiecte de durată mare, acestea să fie divizate într-o succesiune de proiecte scurte, tocmai pentru ca prognozele asupra factorilor PESTLE să aibă precizie şi acurateţe corespunzătoare;

✓ riscurile au fost corect identificate, analizate şi s-a stabilit strategia corespunzătoare de tratare ;

✓ are, în permanenţă, sprijinul sponsorului;

✓ dispune, la momentele potrivite, de resursele umane, materiale şi financiare necesare;

✓ întreţine, cu toate părţile interesate de proiect, o comunicare atât eficientă, cât şi eficace;

✓ magnitudinea schimbărilor produse de proiect nu va ameninţa existenţa organizaţiei;

✓ a obţinut fidelitatea clientului, pentru viitoare proiecte.

Când toate aceste criterii vor fi fost îndeplinite, riscurile ca proiectul să eşueze tind, asimptotic, la zero...

Succes la... proiecte de succes !

Scris de Constantin Nechita

3.3. Negociere

TIMPUL ÎN NEGOCIERE

Timpul are un rol cheie în negocieri. Poţi să-l faci să lucreze în favoarea ta, însă dacă nu eşti suficient de atent se poate transforma într-un dezavantaj.

Îmi place foarte mult să dau drept exemple în negocieri copiii. Aceştia sunt cei mai experimentaţi negociatori. Aplică nativ tehnici pe care nici nu ţi le imaginezi. Paradoxul este că pe măsură ce înaintează în vârstă aceste abilităţi se pierd. Prin antrenament însă ele pot fi reactivate.

De exemplu, îţi duci copilul la şcoală cu maşina. Staţi de vorbă şi discutaţi ca între oameni mari. Îţi povesteşte despre şcoală, despre unde ar vrea să meargă în vacanţă etc. Chiar în momentul în care vrea să coboare îţi spune că are nevoie de 70 de lei. Îl întrebi de ce şi-ţi spune că vrea să-şi cumpere un set de pixuri. Încerci să ai o conversaţie cu el despre nevoia lui, însă trebuie să coboare pentru că tocmai aţi ajuns la destinaţie. Copilul coboară din maşină şi cu uşa deschisă te întreabă: „Îmi dai, te rog, hai că-ţi explic diseară când ajung acasă". Cel mai probabil vei scoate portofelul şi-i vei da cei 70 de lei.

Copiii ştiu să folosească presiunea timpului. Ar fi putut să-ţi spună încă de când s-a urcat în maşină, însă el a ales să-ţi spună când nu mai avea timp suficient, când era aproape să coboare. El foloseşte presiunea timpului pentru a te determina să te decizi. Curios este că, în cazul deciziei pe care o iau oamenii atunci când sunt supuşi unei presiuni a timpului, ei cedează de obicei. N-aş putea să explic de ce, cert este însă că în cele mai multe cazuri oamenii cedează atunci când sunt supuşi presiunii timpului.

Alt exemplu este cel al reclamelor care te invită să suni chiar în momentul difuzării acestora pentru a achiziţiona. Îţi mai spun că beneficiezi de un discount dacă vei suna chiar acum. Tot cu presiunea timpului avem de-a face şi în acest caz.

La fel sunt şi reclamele care îţi prezintă o maşină frumoasă pe care o poţi achiziţiona într-un anumit termen la un anumit preţ, oferta nefiind valabilă decât 3 sau 4 săptămâni.

Şi agent de vânzări dacă eşti, în momentul în care prezinţi o ofertă care este valabilă numai astăzi, cel mai probabil cei mai mulţi dintre clienţi vor fi tentaţi să o acceseze.

La fel, presupunem că eşti din Bucureşti ai un partener de afaceri din Cluj. Îi spui că mergi la el pentru a-i face o propunere, că vei lua avionul şi vei ateriza la ora 14.30 şi că aveţi două ore la dispoziţie să ajungeţi la o înţelegere pentru că ai avion de înoarcere la 17.30. Din nou presiunea timpului va lucra în favoarea ta.

Este o maximă a lui Murphy: Ce poţi face azi nu lăsa pe mâine, ci pe poimâine, poate nu va mai fi nevoie. Aşa şi cu timpul, cu cât îi laşi timp de gândire mai mare, cu atât probabilitatea de a-l convinge scade. E posibil ca între timp să se întâlnească cu alt agent care va folosi timpul în favoarea lui sau pur şi simplu se răzgândeşte şi nu mai cumpără deloc.

Avertismentul pe care vreau să-l fac este că trebuie să dai dovadă de maximă eleganţă în folosirea presiunii timpului. Dacă forţezi prea mult, probabil îţi este clar că tehnica nu va avea efect, ba din contră.

Reţine: În viaţă nu primeşti ce meriţi, primeşti ce negociezi!

Scris de Marian Rujoiu

CAPCANA ÎNTÂLNITĂ ÎN NEGOCIERI – ACCEPTUL IMEDIAT

Una dintre numeroasele tactici imorale folosite de negociatori este tactica ofertelor false, care îi angrenează defavorabil în jocul său atât pe vânzători, cât şi pe cumpărători. Fie că este vorba de negocierea unui contract, a unui parteneriat sau despre vânzarea unui automobil, această tehnică este atât de des întâlnită, încât am considerat că merită o expunere separată şi exemplificată în acelaşi timp.

Această tactică presupune că cel care o foloseşte îţi dă un accept imediat pe oferta iniţială, arătându-se extrem de interesat, când de fapt el are în minte doar înlăturarea concurenţei. Consider că cel mai potrivit ar fi să dau un exemplu concret pentru ilustrarea ei.

Exemplu - Aprovizionarea cu geam termopan

Presupunem că reprezinţi o companie de construcţii. Ai prins un contract cu renovarea unui hotel. Trebuie să pui şi geamuri termopan. Presupunem că nu mai lucrezi cu vechiul tău furnizor de geamuri termopan şi acum trebuie să-ţi găseşti unul nou. În medie, vechiului furnizor îi plăteai cam 65 euro/mp. Trimiţi câteva cereri de ofertă şi primeşti câteva oferte, începând de la 55 euro/mp, până la 80 euro/mp. Termenul de finalizare al lucrării este de 50 de zile şi estimezi că geamurile termopan îţi vor trebui în maxim 3 săptămâni.

Te sună una dintre firmele care ţi-a făcut oferta de 65 euro/mp şi-ţi spune cam aşa ceva:

EL *: Am primit cererea dumneavoastră de ofertă. V-am şi răspuns la ea. Vă sun întrucât sunt dispus să negociez pe marginea preţului pe care vi l-am oferit.*

TU: *Ştiţi, nu mă interesează, pentru că am primit oferte mult mai mici.*

EL: *Care este cea mai mică ofertă pe care aţi primit-o?*

TU: *55 euro/mp*

EL: *Aceasta este o comandă singulară sau mai există posibilitatea de colaborare în viitor?*

TU: *În cazul în care treaba merge bine, colaborăm şi în viitor!*

EL: *În acest caz sunt dispus să vă fac o ofertă cât mai aproape de 50 de euro.*

TU: *Haideţi să ne întâlnim să vedem cum putem face.*

EL: *Când aţi dori?*

TU: *Propun mâine sau poimâine.*

EL: *Acum sunt în Cluj. Am o lucrare aici, o să mă întorc cel mai probabil poimâine, adică joi. Propun să ne întâlnim vineri.*

TU: *Este perfect*

(se stabilesc astfel detaliile întâlnirii, data şi locaţia)

Mai jos aveţi un flux al evenimentelor care au urmat:

++ vineri dimineaţa primeşti telefon, cu mii de scuze că nu reuşeşte să ajungă din diferite motive, şi propune întâlnirea pentru luni;

++ luni vă întâlniţi, vă cunoaşteţi şi îţi face o părere bună;

++ începeţi să discutaţi aspecte tehnice, are cataloage, îţi explică toate detaliile, îţi spune că are capacitate de producţie excelentă;

++ trebuie să mergeţi să faceţi măsurătorile foarte exact;

++ îţi spune că vă trimite un meseriaş în două zile să ia măsurătorile;

++ eşti de acord şi conveniţi să semnaţi contractul imediat ce vor fi gata măsurătorile;

++ în două zile vine meseriaşul şi face toate măsurătorile;

++ vorbiţi telefonic cu el şi vă spune că ar trebui să îi faceţi o comandă fermă, pentru că e vorba de multe materiale şi el îşi planifică resursele;

++ joi dimineaţă îi trimiţi un fax ce conţine o comandă fermă şi stabiliţi telefonic să vă vedeţi vineri după-amiază, să încheiaţi contractul;

++ vineri dimineaţa îţi spune că ar vrea să semneze contractul după modelul lor;

++ astfel, îţi trimite contractul să-l studiezi şi tu;

++ nu-ţi place deloc forma contractului şi clauzele din el nu te avantajează; îl suni şi-i spui;

++ el este de acord cu tine şi îţi propune să propui tu o formă a contractului;

++ îţi propune să vină la tine, însoţit de avocat, pentru a lucra pe contract;

++ cădeţi de acord, însă primeşti în 5 minute telefon de la el că avocatul nu este disponibil în această după-amiază şi că singura soluţie este să vă vedeţi luni dimineaţă, pentru că are încredere în tine că nu te răzgândeşti.

++ în weekend cazi pe gânduri, au trecut aproape două săptămâni

şi îţi trebuie termopanele într-o săptămână; te consolezi, însă, cu gândul că te-a asigurat că are capacitatea de producţie foarte mare; îţi trece prin minte să mai începi discuţia cu alt furnizor, însă este deja târziu, mai ales că ai mai fost sunat şi le-ai spus că ai ales deja un furnizor; astfel că aştepţi ziua de luni;

++ luni la prima oră vă întâlniţi;

++ vă puneţi de acord asupra formei contractului;

++ el propune 50 euro/mp şi termen de finalizare în 21 de zile;

++ nu te avantajează deloc, pentru că tu în 25 de zile trebuie să predai lucrarea; practic, 21 de zile plus încă 7-8 zile montarea, ajungi deja la 30 zile;

++ are loc o discuţie pe marginea termenului de livrare şi-ţi spune că nu are cum să le producă mai repede. Ar exista o soluţie, anume să oprească celelalte lucrări, să plătească mici penalităţi prestatorilor, însă acest lucru ar însemna categoric creşterea preţului;

++ îţi avansează cifra de 80 euro/mp. Evident, nu-ţi convine, pentru că de la 50 la 80 de euro este totuşi o diferenţă;

++ până la urmă cedezi şi ajungi la un preţ de 70 euro/mp, cu livrare la termenul convenit de tine.

URÂT: **În urma negocierii, cheltuielile tale sunt cu aproape 50% mai mari decât cele estimate iniţial. Nu mai ai o altă variantă, pentru că ştii că acum e foarte puţin probabil să mai găseşti un alt furnizor**

O tehnică nu tocmai morală, însă se aplică cu atâta eleganţă, că nici nu realizezi.

Această capcană operează în felul următor:

- lansează o ofertă tentantă pentru a înlătura concurenţa;

- amână intenţionat semnarea contractului folosind tehnici cât se poate de elegante (inclusiv punerea de întrebări, clarificarea unor aspecte, care teoretic sunt semne de bună credinţă, practic însă – nu!).

- te împinge într-un termen limită, îşi reconsideră apoi oferta, retrăgându-şi oferta iniţială.

Pare puerilă şi probabil mulţi dintre voi spun că vouă nu are cum să vi se întâmple. Sper să aveţi dreptate şi vă urez ca niciodată să nu vi se întâmple!

Exemple de alte domenii în care este operabilă această capcană ce ţi se poate întinde:

- domeniul imobiliar (ţi se oferă un preţ mai bun, sub pretextul că-i place mult, şi-ţi cere să-l laşi câteva zile să facă rost de bani, tocmai bine cât tu să-ţi îndepărtezi potenţialii clienţi pentru acel imobil);

- domeniul parteneriatelor (lansezi o cerere de parteneriat şi vine cineva cu o ofertă tentant de bună; începe imediat o discuţie legată de aspectele tehnice sau despre amănunte diverse, care poate amâna finalizarea înţelegerii, înlăturând astfel ceilalţi potenţiali parteneri; de fapt, tu îţi înlături potenţialii parteneri pentru că tu crezi că ai deja un partener);

- domeniul serviciilor (web site etc.; pe acelaşi principiu).

Sfaturi cheie pentru contracararea acestei capcane:

1. Această capcană poate îmbrăca orice formă, în orice domeniu. Este foarte important pentru tine, ca negociator experimentat, să opreşti discuţiile cu ceilalţi parteneri NUMAI în momentul în care ai semnat un contract cu cel care ţi-a făcut o ofertă bună.

2. Dacă simţi că îţi este întinsă această capcană, poţi verifica solicitând celeilalte părţi încheierea unui contract foarte rapid. Dacă acesta vă amână, este un semn al capcanei. Dacă nu doreşte amânarea, cel mai probabil eşti fericitul „posesor al unei oferte bune".

3. Alege-ţi partenerii de afaceri cu grijă, studiază înainte, cere referinţe, dă un search pe Google sau Yahoo, consultă-te cu persoanele de încredere.

Sper să fiţi atenţi în viitor. Personal, recunosc că am avut de-a face cu persoane care au încercat această tehnică cu mine şi eram foarte aproape de a cădea în plasă. Din fericire, n-am căzut, însă mi-am propus să fiu şi mai atent, dovadă că nu toţi sunt de bună credinţă la fel ca şi tine. Îi rog pe cei care folosesc această capcană să mă ierte că avertizez şi alţi oameni, însă o consider una dintre tehnicile mult prea imorale.

Scris de Marian Rujoiu și Raluca Rujoiu

TREBUIE SĂ VÂND CONTRA CRONOMETRU! LEGEA COERENȚEI!

Cineva foarte drag mie lucrează la o bancă. O cheamă Oana, are un job foarte omenesc, la ghişeu. Oamenii vin, plătesc rate, fac depuneri, retrageri, fel şi fel de operaţiuni. Are însă şi un target, trebuie să vândă pachete (cum le numesc ei), adică să le facă un card cu opţiuni multiple (e-banking, asistenţă telefonică etc.)

Unde este problema? O voi cita pe Oana: O*amenii vin la ghişeu, stau la coadă, sunt puţin nervoşi şi numai chef de a auzi ofertele noastre speciale la carduri nu au. Într-o zi, i-am întrebat pe toţi: vă interesează o ofertă specială pe care o avem la carduri? Răspunsul sec al oamenilor a fost: Nu, mulţumesc!*

Mi-a povestit că a făcut şi un training la angajare, că i-au învăţat ei nişte lucruri acolo, însă specific pe acest lucru, anume cum să-i vinzi unui om „aterizat" în bancă cu o altă problemă - nu i-au învăţat.

Voi ce credeţi, cum ar trebui procedat?

Mi-am bătut puţin capul, am analizat pe toate părţile şi am găsit o soluţie. Erau trei probleme la mijloc:

1. Timp foarte puţin la dispoziţie.

2. Oamenii veneau cu alte probleme decât aceea de a-şi face un card.

3. Nu funcţiona tehnica de tip „ofertă specială".

Astfel, în urma unei discuţii cu Oana am ajuns la următoarea **concluzie:**

- trebuie folosită o tehnică aplicabilă într-un timp foarte scurt;
- trebuie folosită cumva supărarea lor (că au stat la coadă);
- trebuie găsită o formulă de început, alta decât „oferta specială";
- întrucât timpul avut la dispoziţie este foarte scurt, mai trebuia găsită o tehnică de provocare a deciziei în două-trei minute.

Pentru început, mi-am dat seama că **ar putea fi folosită Legea Coerenţei**. Aceasta înseamnă construirea unui silogism care determină interlocutorul să spună „Da!". Exemplul clasic, când vine vorba de această lege, este al domnişoarei drăguţe care vă bate la uşă şi spune:

- Îmi pare bine să vă cunosc, reprezint Fundaţia „Aproape de tine”.
- Bună ziua!
- Aş dori să vă pun câteva întrebări, 1-2 minute, se poate?
- Da...
- Sunteţi un bun creştin?
- Da!
- Consideraţi că un bun creştin îi ajută pe cei aflaţi la necaz?
- Da!
- Dacă aţi avea ocazia, i-aţi ajuta pe cei care au nevoie de ajutor?
- Da!
- Acum fundaţia noastră ajută un copil care are cancer şi dorim să-l ajutăm. Îl puteţi ajuta şi dumneavoastră cu o sumă cât de mică?
- Da...

Fata şi-a atins scopul. V-a provocat să spuneţi „Da!” la fiecare întrebare, construind astfel un raţionament din care face parte şi cel vizitat. V-a făcut să vă construiţi un punct de vedere pe care, de dragul coerenţei faţă de el, va trebui să-l apere. Acest răspuns - DA - spus în repetate rânduri are un efect major. Este mult de discutat pe marginea acestei legi din negociere, legea coerenţei, însă vreau să rămân acum la tema articolului.

Revenind la Oana care doreşte să vândă carduri. Probabil mulţi dintre voi sunteţi puşi în situaţia de a vinde rapid un serviciu.

Am instruit-o pe Oana, care acum se descurcă. Consider că cel mai nimerit ar fi să vă prezint câteva exemple de conversaţii din care să vă daţi seama cum funcţionează această tehnică. Exemplele sunt reale, fiind culese din discuţia cu Oana după ce a început aplicarea acestei tehnici. Menţionez că Oana a înţeles tehnica, o aplică, iar în termeni de rezultate rata de succes i-a crescut cu aproximativ 50%.

Exemplul 1

Clientul: *Vreau şi eu să plătesc o rată!*
Oana: *Daţi-mi buletinul dumneavoastră, vă rog!*
Oana: *Observ că acest credit este pe numele soţului.*
Clientul: *Da, mereu mă trimite, nu are timp să vină!*
Oana: *Înţeleg că v-ar plăcea să vină soţul dumneavoastră?*
Clientul: *Da, vă daţi seama!*
Oana: *V-ar interesa să vă găsesc o soluţie, să nu mai fie nevoie să veniţi la bancă?*

Clientul: *Da, dar nu văd cum!*

Oana: *Bănuiesc că nu aţi mai vrea să staţi nici la coadă, de fiecare dată!*

Clientul: *Da, desigur. Asta mă enervează cel mai mult!*

Oana: *Nu am foarte mult timp, însă v-aş putea rezolva aceasta problemă chiar acum!*

Clientul: *Da?*

Oana: *Haideţi mai bine să rezolvăm acum, probabil şi dumneavoastră aveţi alte lucruri mai bune de făcut decât să veniţi la bancă şi să staţi la coadă!*

Clientul: *Cum s-ar putea face?*

Oana: *Vă pot face un card foarte folositor, pe care îl puteţi alimenta la roboţel în fiecare lună. Puteţi vedea de acasă soldul, puteţi plăti de acasă şi alte facturi. Este foarte uşor de folosit!*

Clientul: *Interesant, cât costă?*

Oana: *Cardul sau timpul dumneavoastră*? (îi spune râzând)

Clientul: (Zâmbeşte şi el).

Urmează o scurtă discuţie tehnică şi cardul, împreună cu pachetul, este efectuat.

Exemplul 2

Clientul: *În sfârşit, aştept de o grămadă de vreme, vreau să plătesc şi eu o factură!*

Oana: *Sunt şi soluţii mai simple, care vă scutesc de statul la coadă!*

Oana: *Daţi-mi buletinul, vă rog!*

Clientul: *Poftiţi, vă rog!*

Oana: *Aceste plăţi pot fi făcute şi de acasă, dacă doriţi!*

Clientul: *Da? Cum?*

Oana: *Înţeleg că sunteţi un om ocupat!*

Clientul: *Da, sunt şi nu am timp să stau la coadă.*

Oana: *Înţeleg că v-ar plăcea să nu mai staţi la rând, poate nici măcar să nu mai veniţi la bancă.*

Clientul: *Vă daţi seama că da!*

Oana: *Acum sunt foarte multe persoane după dumneavoastră, altfel aş fi putut să vă rezolv problema chiar acum!*

Clientul: *Cum adică?*

Oana: *Mai bine vă spun acum despre ce este vorba. Probabil când veţi veni data viitoare va fi aceeaşi situaţie!*

Clientul: S*puneţi-mi!*

Discuţia continuă şi vânzarea are loc.

Ghid pentru folosirea acestei tehnici:

- plecaţi de la o problemă pe care o are clientul - sondarea nevoilor sau a problemelor (de regulă, în acest caz este lipsa timpului);
- obţineţi acordul clientului că vrea rezolvarea problemei (implicaţi-l pe client în vânzare);
- determinaţi-l să spună un număr succesiv de da-uri, pentru a crea clientului sentimentul că doreşte să-şi rezolve problema (legea coerenţei);
- nu-i prezentaţi oferta de card/pachet decât la sfârşitul conversaţiei (soluţia);
- acţionaţi contra timp, presaţi clientul în vederea unei decizii imediate (finalizarea ofertării - nu am timp în acest moment, dar aş putea să vă rezolv această problemă chiar acum);
- manieră: se trece **de la atitudinea fără rezultate**: *Observ că n-aveţi card, nu vreţi unul? Avem o ofertă specială la carduri* - **la atitudinea cu rezultate:** *Dumneavoastră aveţi o problemă, iar eu vă pot fi de folos. Nu prea este timp acum, dar aş putea face acest lucru pentru dumneavoastră.*
- poate fi folosită când ai la dispoziţie foarte puţin timp (20 secunde - 3 minute): la ghişeele bancare, la vânzarea cu amănuntul, în domeniul serviciilor (IT, organizare evenimente etc.)

Evident, vor fi şi cazuri în care tehnica nu va funcţiona, în sensul că omul poate chiar nu are chef de vorbă sau pur şi simplu refuză oferta când îi este prezentată sau se poate bloca discuţia în care ai intuit greşit nevoia lui (ex: aveţi un client care are mult timp liber). Sunt soluţii şi pentru aceste situaţii!

Avantajele acestei tehnici:

- necesită foarte puţin timp;
- realizează o sondare rapidă a nevoilor;
- prezintă o soluţie, urmare a unei discuţii;
- este o manieră elegantă de abordare;
- arată o deschidere a vânzătorului faţă de nevoile pe care le are potenţialul cumpărător.

Încercaţi şi voi! Cu siguranţă rezultatele vă vor surprinde!

Scris de Marian Rujoiu

NONVERBAL ÎN NEGOCIERI – LIMBAJUL OCHILOR

Staţi de vorbă cu cineva şi aţi vrea să aveţi mai multe repere decât limbajul verbal. Mai jos aveţi câteva lucruri despre limbajul ochilor şi ce înseamnă ele. Folosirea acestor instrumente este o adevărată artă!

Această metodă nu este infailibilă, ea trebuie corelată cu întrebări specifice, cu verificare și reverificare. Puneţi-l pe colegul dumneavoastră să-şi amintească ce a făcut săptămâna trecută şi vedeţi unde îşi aruncă privirea. Puneţi-l apoi să-şi imagineze ceva. Odată ce aţi văzut unde îşi aruncă privirea în ambele situaţii, i-aţi identificat formula după care îşi imaginează ceva şi după care îşi aminteşte ceva. Avantajul acestei metode este că poate fi testată aproape instantaneu. Mult succes în practicarea ei!

Reţineţi, îl întrebaţi diverse lucruri despre care ştiţi că sunt adevărate, care s-au întâmplat și vedeţi unde-și aruncă privirea, iar apoi puteţi trage concluzia că atunci când vă spune adevărul se uită în stânga. Apoi, prin întrebări elegante, puneţi-l să-și imagineze ceva. Ar trebui să se uite în dreapta sus. Dacă așa este, puteţi trece mai departe. L-aţi „calibrat" - cum se numește în limbajul de specialitate. Folosind aceste informaţii puteţi trece la discuţii serioase și puteţi asocia limbajul ochilor cu ceea ce el vă spune.

De exemplu, în recrutare se poate folosi metoda cu succes. La un moment dat, la un interviu pentru angajare s-a prezentat o fată. Am „calibrat", am văzut că respectă parametrii și am trecut la întrebări mai serioase. Săraca fată, minţea de rupea. Nu-și lua ochii din drepta sus aproape mai deloc. Am zis că n-oi fi calibrat eu bine și am început să pun întrebări mai precise, cerându-i dovezi care să susţină ceea ce spunea. Evident, m-am trezit cu un răspuns de genul: „Ştiţi, nu se poate… bla, bla". Eram amuzat de situaţie. Mi-am dat seama că nu e ok, însă am zis să-i organizez un training pilot să văd ce poate. În training s-a confirmat totul, adică temerile mele, ceea ce eu văzusem deja în limbajul ochilor. Aceasta este o situaţie care nu m-a costat nimic, dar care m-a convins într-adevăr că metoda merită folosită cu încredere. Am câţiva ani de când folosesc metoda și îmi este de un remarcabil folos. Știu când un om mă minte, când e încercat de o emoţie sau când îmi spune adevărul.

Mai jos veţi găsi descrise mișcările pupilei și semnificaţia asociată acestora:

Ochii sunt îndreptaţi în STÂNGA SUS: Amintire vizuală

Oamenii privesc astfel când își aduc aminte ceva. Aceste imagini le-au mai văzut cândva. Poate fi imaginea unui partener de afaceri, o imagine din vacanţă, ce au făcut cândva, o zi de la şcoală, o imagine din traficul rutier, o persoană, o rudă, un prieten, un afiş, o pictură, o maşină, un televizor etc. De regulă, indică spunerea adevărului!

Ochii sunt îndreptaţi în DREAPTA SUS: Construcţie vizuală

De regulă, ne închipuim cum va arăta un anumit lucru. Sau ne imaginăm ceva. Mai ales atunci când nu vrem să răspundem la o întrebare, căutăm un răspuns sau imaginăm alt răspuns decât realitatea, sau atunci când improvizăm. Aceeaşi direcţie este folosită atunci când ne închipuim consecinţe sau vedem cum va arăta afacerea noastră, atunci când facem presupuneri referitoare la: consecinţe, riscuri, locuri de vacanţă, locuri de întâlnire, o casă în care am vrea să locuim etc.

Ochii sunt îndreptaţi ÎNAINTE: Vizualizare

De regulă, indiciul ni-l dă poziţia corpului asupra semnificaţiei. Dacă observăm că greutatea corpului este sprijinită pe stânga, atunci avem de-a face cu o amintire; dacă este pe partea dreaptă, avem de-a face cu o construcţie.

Ochii sunt îndreptaţi în STÂNGA LATERAL: Amintire auditivă

Ne aducem aminte un sunet, o melodie, o voce, un foşnet, un trăsnet, un ţipăt. Se referă la sunete care ne sunt cunoscute şi pe care le-am mai auzit.

Ochii sunt îndreptaţi în DREAPTA LATERAL: Construcţie auditivă

„*Oare cum ar suna?*" Aceasta este întrebarea cadru care ne vine în minte. Ne închipuim cum ar suna o melodie. Sau ne închipuim cum ar suna vocea unui prieten mai aspră (ton pe care nu l-am mai auzit). Caracteristic acestui mod este faptul că în mintea noastră creăm un sunet pe care nu l-am mai auzit niciodată.

Ochii sunt îndreptaţi în STÂNGA JOS: Dialog intern

Această ipostază o întâlnim atunci când o persoană se gândeşte la un lucru, își pune o serie de întrebări, analizează şi își răspunde la întrebări. Este caracteristică celui care „stă pe gânduri"

Ochii sunt aţintiţi în DREAPTA JOS: Emoţii

Această ipostază se întâlneşte atunci când încercăm senzaţii sau sentimente noi: bucurie, tristeţe, ruşine, teamă. Când spun sentimente noi, mă refer la sentimente care ne determină o anumită stare, diferită de cea anterioară.

Recomandări

Prima data calibraţi! În prima fază, când discutaţi diverse, urmăriţi cum „îi joacă ochișorii" interlocutorului. După ce v-aţi asigurat că interlocutorul intră pe tipar sau este inversul tiparului, fără să-și dea seama vă va transmite mai multe semnale decât își imaginează. O să vedeţi că, atunci când puneţi o întrebare, primul instinct este să-și arunce privirea în stânga sus (caută răspuns), iar dacă are un răspuns aici, rămâne cu privirea în stânga. Însă dacă nu are răspuns, în cel mult două secunde își va muta privirea în dreapta sus și vă va înșira verzi și uscate. Dacă ţine numai puţin privirea în dreapta sus, cel mai probabil nu minte, se gândește cum să formuleze ce vrea să vă spună, însă dacă rămâne mai mult de cinci secunde cu privirea în dreapta sus, nu prea este de bine.

Dacă vă este greu să vă concentraţi pe semnificaţia celor 6 puncte, antrenaţi-vă și începeţi numai cu stânga sus (adevărul) și dreapta sus (falsul/improvizaţia). La un moment dat o să vă intre în instinct și vă va fi foarte ușor.

Este mult de povestit. Ceea ce am scris aici este numai o parte din limbajul ochilor, un fel de primă lecţie. Este o tehnică folosită foarte mult de negociatorii experimentaţi, începând de la anchete (în interogatorii) sau mediul business, până la viaţa cotidiană, în relaţia de cuplu. După ce vă obișnuiţi cu cele 6 puncte, se poate trece la următoarea etapă, în care să folosiţi toate aceste semnale, aflaţi permanent lucruri, schimbaţi stări etc. Limbajul ochilor este un instrument foarte puternic și vă poate oferi un avantaj. Testaţi metoda și oferiţi-mi feedback.

Scris de Marian Rujoiu

STRATEGIA DE NEGOCIERE CÂȘTIGĂTOARE

„Un fenomen ciudat - mulţi oameni gândesc că ei au câştigat automat atunci când partenerii lor au ieşit în pierdere! Nimic mai fals!" (Marian Rujoiu)

Fiecare dintre noi am tot auzit de strategii ***Win - Win*** sau ***Win - Lose***. În definitiv, la ce ne folosesc acestea? La ce ne ajută pe noi să adoptăm o strategie ***Win - Win*** şi să o evităm pe cea ***Win - Lose***? Cum ar trebui să procedăm până la urmă şi de ce?

Schematic vorbind, avem de-a face cu patru strategii de negociere:
1. Lose – Lose (eu pierd - el pierde)
2. Lose – Win (eu pierd - el câştigă)
3. Win – Lose (eu câştig - el pierde)
4. Win – Win (eu câştig - el câştigă)

Studiu de caz:
Să presupunem că vindeţi servicii de recrutare. Aveţi un client (companie de utilaje) care doreşte angajarea a doi directori regionali. Acesta a încercat site-urile de recrutare, însă nu a găsit niciunul dintre cei doi directori, astfel că se decide să apeleze la o firmă de recrutare (întâmplător acest caz este unul real). Voi exemplifica acest caz din prisma fiecărei strategii de negociere.

1. STRATEGIA LOSE – LOSE (TU PIERZI - EL PIERDE)
Tuturor ne este clar faptul că această strategie este aceea în care pierd ambii parteneri. Este situaţia nefericită în care nimeni nu câştigă nimic. Este foarte posibil ca acest „noncâştig" să se cuantifice de fapt într-o pierdere. Uneori este de preferat să adoptaţi această strategie şi să blocaţi negocierea mai ales atunci când anticipaţi că veţi pierde, chiar dacă nu câştigaţi nimic.

Strategia ***Lose – Lose*** se manifestă de cele mai multe ori atunci când ambii parteneri vor să adopte strategia numărul 3, anume fiecare dintre ei să câştige şi celălalt să piardă. Această situaţie nu este neapărat intenţionată, pur şi simplu fiecare dintre parteneri se gândeşte numai la el, astfel că fiecare bate în retragere la final, considerând-o o negociere nereuşită.

Exemplificare:

Plecând de la exemplul de mai sus, strategia ***Lose – Lose*** este prezentă în momentul în care cei doi parteneri se vor regăsi într-una dintre situaţiile următoare (sau una asemănătoare).

se încheie un contract, iar clientul constată că aţi folosit un site oarecare de recrutare, aţi aplicat trei filtre, iar directorii propuşi nu sunt alţii decât unii pe care-i găsise şi el iniţial. Aţi fost plătit pentru a face această muncă, în aparenţă aţi câştigat. Însă, clientul este foarte supărat şi vă va da în judecată. El câştigă procesul, voi îi returnaţi banii, alegându-vă cu o imagine foarte şifonată şi cu timp pierdut. Este ***Lose*** pentru voi, pentru că aţi pierdut un client, aţi câştigat o proastă reputaţie şi aţi fost angajat într-un proces care nu v-a avantajat deloc. Este ***Lose*** şi pentru clientul vostru pentru că acesta a pierdut timp şi nu a găsit cei doi directori în timp util, în acest fel bunul mers al afacerii fiindu-i afectat. Aceasta este situaţia în care firma de recrutare nu-şi face treaba şi, în spatele unei prezentări frumoase, nu face altceva decât să dea un search pe site-urile de recrutare;

pierdere - pierdere (***Lose - Lose***) poate fi şi atunci când firma de recrutare solicită un preţ foarte mare. Firma de utilaje încearcă să negocieze, iar dumneavoastră nu cedaţi deloc. Din nou este posibil ca ambii parteneri să piardă. Ca firmă de recrutare, aţi fi putut să-i oferiţi cei doi directori într-un timp foarte scurt, iar firma de utilaje nu şi-a găsit nici ea cei doi directori. A apelat la o altă firmă de recrutare care i-a oferit un preţ mai mic, însă tot nu și-a găsit directorii potriviţi. Practic, inflexibilitatea voastră asupra preţului a dus la ***Lose – Lose***.

Recomandări:

evitaţi pe cât posibil această situaţie;

nu vă angajaţi să faceţi lucruri pe care nu le puteţi duce la bun sfârșit;

aplicaţi această strategie atunci când anticipaţi pierderi (este de preferat să nu câştigaţi nimic decât să pierdeţi timp şi resurse);

fiţi creativi – căutaţi soluţii pentru transformare în ***Win – Win***, iar dacă nu puteţi să faceţi acest lucru, reevaluaţi-vă şi căutaţi alţi clienţi pe care-i puteţi mulţumi.

2. STRATEGIA LOSE – WIN (TU PIERZI - EL CÂȘTIGĂ)

Strategia ***Lose – Win*** este aceea în care voi ieşiţi în pierdere, iar partenerii voştri ies în câştig. De cele mai multe ori, pe termen lung, acest ***Lose - Win*** se transformă în ***Lose – Lose***. Se poate ajunge la

această situaţie fie pentru că nu aţi fost suficient de atenţi şi la voi, fie pentru că aţi avut un partener care s-a gândit excesiv de mult la el. Atenţie mare, pentru că de foarte multe ori veţi întâlni parteneri care se vor gândi exclusiv la ei. Ca şi primă strategie, aceasta este o strategie nefericită, în care nu câştigaţi absolut nimic, ba, din contră, este posibil să pierdeţi. Cu siguranţă, mulţi dintre dumneavoastră au avut de-a face cu parteneri care au câştigat numai ei şi dumneavoastră aţi ieşit în pierdere. Este uşor să aruncăm vina pe celălalt, însă este mai realist să dăm dovadă de atenţie maximă, pentru că foarte rar cineva va fi dispus să vă poarte de grijă mai mult decât sunteţi dispuși dumneavoastră să vă purtaţi. Este posibil, însă, ca partenerul dumneavoastră să nu acţioneze cu rea-credinţă, ci pur şi simplu să nu vă cunoască situaţia.

Exemplificare

- abordând acelaşi caz de mai sus cu firma de recrutare, o exemplificare de ***Lose - Win*** poate fi aceea în care voi, ca firmă de recrutare, găsiţi cei doi directori, însă constataţi că aţi ieşit în pierdere. Mai exact, costurile dumneavoastră de recrutare au fost atât de mari, încât aţi pierdut resurse financiare şi timp încercând să onoraţi cererea clientului. Acest lucru este posibil să se fi întâmplat fie pentru că nu v-aţi evaluat corect acest proiect, fie pentru că partenerul v-a oferit un preţ foarte mic şi voi l-aţi acceptat. Voi aţi sperat că veţi reuşi să vă încadraţi, însă acest lucru nu a fost posibil.

- ***Lose - Win*** poate fi şi atunci când voi, ca firmă de recrutare, aţi stipulat în contract că plata va fi onorată numai dacă îi veţi găsi clientului cei doi directori. După o muncă de căutare găsiţi cei doi directori, iar firma de utilaje vă spune că sunt nepotriviţi. Într-un final, această atitudine se dovedeşte falsă, deoarece la o lună după terminarea proiectului, firma de utilaje contactează cei doi directori şi-i angajează fără ca voi să ştiţi. Practic, voi aţi consumat o serie de resurse, nu aţi încasat niciun ban, iar firma de utilaje şi-a atins obiectivul.

Recomandări

- pentru a nu ajunge în această situaţie (***Lose - Win***) primul lucru bun pe care puteţi să-l faceţi este să vă alegeţi partenerii cu grijă;

- pregătiţi-vă înainte de negociere şi aflaţi cât mai multe lucruri despre partenerul de negociere;

- amânaţi luarea unei decizii atunci când simţiţi că rezultatul unei discuţii nu este tocmai ce vă aşteptaţi;

- evaluaţi-vă corect atât ca negociatori, cât şi ca servicii pe care urmează să le oferiţi.

3. **STRATEGIA WIN - LOSE (EU CÂȘTIG - EL PIERDE)**

Această tactică este cel mai des întâlnită. Îndrăznesc să afirm că în România ea se plasează în topul strategiilor favorite. Fiecare comerciant sau negociator încearcă să câştige cu orice preţ. Uneori, am văzut situaţia hilară în care obiectivul negociatorului este ca celălalt să piardă. Există o răutate, o invidie în care nu putem gândi relaţia de parteneriat, ci doar pe aceea de opozant. Practic, partenerul este un duşman care trebuie învins. Această strategie este simţită de fiecare dintre noi, acesta fiind şi motivul pentru care în spatele oricărei tranzacţii se ascund sentimente de neîncredere şi suspiciune. Multe afaceri şi parteneriate se blochează tocmai în acest punct, ele transformându-se astfel în situaţii ***Lose - Lose***. Astfel, sunt negocieri care eşuează pentru că părţile nu se înţeleg la formularea unui articol din contract. Nu avem cum să acuzăm pe nimeni în mod specific, de vină este situaţia în ansamblul ei, în care sunt prea multe exemple în care unii pierd, iar ceilalţi câştigă. Aici devine valabil şi citatul de la începutul temei: „Un fenomen ciudat, mulţi oameni se gândesc că ei au câştigat automat atunci când partenerii lor au ieşit în pierdere! Nimic mai fals". Am întâlnit atât de multe cazuri de acest fel, că am rămas mut de uimire. Oameni care uitau de ce se află la masa negocierii, pentru care nu conta dacă ei câştigau sau nu, singurul lucru important pentru ei fiind ca celălalt să piardă. Cu cât celălalt pierdea mai mult, cu atât aveau impresia că ei câştigau. Erau bucuroşi pentru că „l-au făcut" sau „l-au ars", fără să se gândească dacă l-au ars sau nu degeaba. Aceşti oameni câştigă ceva, şi anume mulţi duşmani.

Curios, plecând de la această teamă a eşecului în care fiecăruia dintre noi îi este frică să nu piardă, se încearcă o răsturnare a situaţiei. Astfel, fiecare dintre parteneri, drept contrapondere, încearcă strategia **Win - Lose**. În acest moment, când fiecare dintre părţi adoptă o poziţie inflexibilă în care se gândeşte doar în termeni din ***Win - Lose***, multe dintre negocieri eşuează. Poate este mult spus, însă acesta este şi motivul pentru care mediul business din România nu se dezvoltă sănătos. Un exemplu strălucit sunt serviciile hoteliere din România, când impresia consumatorului este că a pierdut atunci când apelează la ele.

Win – Lose este atunci când voi sunteţi mulţumiţi, iar partenerul dumneavoastră are un regret că a făcut afacerea cu voi fie pentru că a simţit că nu aţi meritat banii, fie pentru că nu v-aţi ţinut de cuvânt privind asistenţa post-achiziţionare, fie pentru că produsul de dovedeşte sub calitatea aşteptată.

Exemplificare

Întorcând-ne la situaţia celor doi directori regionali, ***Win – Lose*** înseamnă în primul rând acea situaţie în care vă încasaţi onorariul şi nu găsiţi cei doi directori. Este întâlnită această situaţie în care contractul prevede că firma de recrutare se obligă să facă propuneri. ***Lose*** pentru firma de utilaje se dovedeşte atunci când niciunul dintre directorii propuşi nu corespunde standardelor, iar voi, ca firmă de recrutare, încasaţi banii. Este dificil de dat un verdict, anume dacă firma de recrutare a făcut tot posibilul sau nu.

Recomandări

- nu vă bucuraţi că aţi păcălit un client; pe termen mediu şi lung este foarte posibil să plătiţi înzecit;

- atunci când simţiţi că aţi câştigat, opriţi-vă o clipă şi gândiţi-vă: *oare partenerul meu va regreta mâine că a încheiat această afacere*? Dacă răspunsul este DA, încercaţi să priviţi puţin şi din punctul lui de vedere şi căutaţi soluţii în care şi el să rămână mulţumit; pe termen mediu şi lung veţi avea numai de câştigat.

4. STRATEGIA WIN - WIN (CÂŞTIG-CÂŞTIG)

O strategie frumoasă, dar atât de rar întâlnită. Motivul este simplu: cele trei situaţii de mai sus sunt cele care ne opresc în a gândi în termeni de câştig - câştig. Cu toate acestea, această strategie este singura care asigură succesul pe termen lung şi buna reputaţie a celui care o practică.

Este greu să gândiţi în aceşti termeni, tocmai din acest motiv nu foarte mulţi oameni o fac. Este mult mai simplu să vă gândiţi numai la voi sau, şi mai simplu, să vă retrageţi. Dacă vreţi să construiţi, să dezvoltaţi relaţii de lungă durată şi să vă clădiţi o bună reputaţie, trebuie să regândiţi puţin strategia, astfel încât să găsiţi acea situaţie în care câştigaţi şi voi, dar şi partenerul vostru. Având ca primă opţiune ***Win - Win***, veţi intra nu numai în categoria negociatorilor experimentaţi, ci şi în categoria oamenilor sau companiilor căutate. Nu de puţine ori veţi găsi parteneri de rea-credinţă. Chiar şi în acest caz nimic nu vă opreşte să încercaţi strategia ***Win - Win***. Aveţi grijă de câştigul vostru, dar şi de câştigul lor şi este foarte posibil să aveţi o negociere reuşită. O negociere reuşită creează premise pentru o a doua negociere reuşită şi aşa mai departe.

De multe ori este greu să ajungeţi la ***Win - Win*** pentru că aveţi parteneri care îşi ţin nevoia ascunsă. Ei o cunosc, dar nu vor să o declare sau pur şi simplu nu ştiu să o expună. În acest caz, un bun negociator nu trebuie neapărat să obţină preţul cel mai bun, ci să afle exact de ce anume are nevoie partenerul de negociere. Mulţi cad în păcatul ca, după ce află de ce anume are nevoie celălalt, să-l strângă cu uşa, acesta fiind şi motivul pentru care multe companii îşi ţin nevoia ascunsă, de frică să nu li se ceară un preţ prea mare, spre exemplu.

Exemplificare

Nimic mai simplu în cazul cu recrutarea. ***Win - Win*** este cazul în care voi, ca firmă de recrutare, găsiţi cei doi directori şi firma de utilaje îi angajează. Acest lucru înseamnă nu numai că v-aţi ales cu plata făcută, ci şi că aveţi un client mulţumit. De asemenea, înseamnă că el vă va recomanda la rândul lui şi, cu prima ocazie când va avea nevoie, tot la serviciile voastre va apela. ***Win - Win*** înseamnă nu numai să vă faceţi bine treaba, ci să faceţi astfel încât să aveţi un client mulţumit. Puteţi să vă ascundeţi în spatele chichiţelor contractuale şi să spuneţi că aţi făcut bine treaba, însă dacă nu aveţi la final un client mulţumit înseamnă de fapt că aţi ajuns la strategia ***Win - Lose***. Căutaţi formula potrivită! Uneori este prea aproape de noi şi nu o vedem, iar alteori e nevoie de creativitate şi imaginaţie pentru a găsi soluţia optimă.

Recomandări:

Singura recomandare este să căutaţi întotdeauna această situaţie. Încercaţi să maximizaţi nu numai profitul vostru, ci şi pe cel al partenerului. Conform studiilor, un client mulţumit spune acest lucru unui număr de patru persoane, pe când un client nemulţumit spune unui număr de 20 de persoane. Mergând pe strategia ***Win – Win***, daţi drumul unei liste de potenţiali clienţi destul de mare. Aceste recomandări pozitive, după cum ştiţi, se extind cu o viteză mai mică. Este de preferat această situaţie. ***Win - Lose*** vă aduce însă nu numai pierderea unui client, ci şi o proastă reputaţie în rândul a minim 20 de potenţiali clienţi. Scurta bucurie a unui profit, atunci când nu câştigă şi celălalt, prefigurează de regulă începutul sfârşitului afacerii. Dacă vă trece prin cap că nu se va afla, cu siguranţă nu este un gând favorabil. În aceste momente informaţia se răspândeşte cu repeziciune, fie ea bună sau rea. Atenţie, mai repede se răspândeşte cea rea.

Dacă nimic etic din voi nu vă face să vă gândiţi şi la celălalt, puteţi gândi din punct de vedere matematic sau economic şi veţi înţelege că aplicând ***Win - Win*** nu poate decât să vă avantajeze, indiferent de situaţie.

Acestea sunt doar câteva idei menite să clarifice magia acestui ***Win – Win*** atât de simplu, atât de bun, dar atât de rar în întâlnit în practică. Mai mult, este foarte important de ştiut cum procedaţi pentru a ajunge la strategia ***Win - Win***.

Scris de Marian Rujoiu

LIMBAJUL TRUPULUI – CÂT ESTE MIT ŞI CÂT ESTE ADEVĂR?

Greşeli în interpretarea limbajului trupului!

În orice librărie aţi merge, cu siguranţă daţi peste o carte despre limbajul trupului. Acest lucru e valabil pentru cei care au avut ocazia să treacă în ultima vreme printr-o librărie.

Dacă nu aţi citit asemenea cărţi, cu siguranţă aţi auzit despre acest subiect.

Să începem cu lista neadevărurilor şi a interpretării gesturilor:

- ***pune mâna pe nas*** – înseamnă că minte
- ***nu te priveşte în ochi*** – înseamnă că îţi ascunde ceva
- ***îşi ţine mâinile încrucişate*** – înseamnă că a devenit defensiv
- ***vine spre tine*** – e o persoană ofensivă
- ***îşi ţine picioarele încrucişate*** – se simte în nesiguranţă
- ***scoate pieptul în faţă*** – e arogant sau încrezut

Lista poate continua cu încă 100 de asemenea semnificaţii. Acest limbaj al semnelor de cele mai multe ori este doar apă de ploaie. Probabil unii dintre dumneavoastră sunteţi surprinşi de această afirmaţie. Le fel sunt şi majoritatea cursanţilor mei. Acest limbaj al semnelor, desprins din context, vă poate induce în eroare. Cel mai adesea se atrage atenţia că uneori poate însemna şi altceva. Din perspectiva pe care v-o prezint în aceste rânduri, lucrurile stau pe loc. Adică: doar uneori mâna dusă la gură poate însemna că minte sau că a spus ceva care nu vroia să spună. Aş da şi un procent, anume 10%. Cu alte cuvinte, eu cred că doar 10% din aceste semnalmente exprimă ceea ce se dă de obicei de alţi autori cu siguranţă, avansând chiar procentul de 90%!

De ce această reţetă a limbajului trupului este doar un mit? Care sunt de fapt adevărurile?

1. Fiecare persoană este unică!

Dacă acceptaţi acest postulat, veţi vedea şi înţelege de ce acest limbaj al trupului apare în forma care a fost prezentată mai sus! Fiecare persoană are propriile gesturi, propriul sistem de valori, propria educaţie sau autoeducaţie, gândeşte într-un anume fel, e interesat de ansamblu sau de detalii, este un analist sau un filosof, are anumite

informaţii, are anumite experienţe proprii. Acestea, ca multe alte caracteristici, fac din fiecare om un individ unic. Această unicitate a fiecărei persoane se reflectă în limbajul trupului într-o măsură mai mare sau mai mică.

2. Limbajul trupului este barometrul individului, nu al oamenilor!

Limbajul trupului devine astfel barometrul stării interne a partenerului. A separa limbajul trupului de unicitatea persoanei este apă de ploaie, este o cale greşită. Limbajul trupului este un univers al fiecărei persoane. Limbajul trupului este foarte important, el ne poate comunica foarte multe informaţii ce le putem folosi. Punerea unui şablon universal pe gestica omului contrazice ideea de fiinţă umană! Câţi indivizi cunoaşteţi asemenea dumneavoastră? Probabil foarte puţini! Dar câte persoane cunoaşteţi la fel ca dumneavoastră? Probabil niciuna! Revenind la limbajul trupului... acesta ne dă indicii doar asupra unei persoane şi trebuie interpretat ca atare. Acelaşi gest la o persoana poate însemna la fel de bine opusul la altă persoană!

3. Limbajul trupului este un detector de minciuni sau adevăr NUMAI dacă ştii să-l foloseşti!

Este nevoie de mult antrenament şi instruire pentru a putea surprinde EXACT ce aveţi în faţă. Trebuie să vă adaptaţi rapid persoanei şi să „culegeţi" gesturi **asociate cu ceva**, nu doar gesturi. Mai clar, trebuie să observaţi: Ce face atunci când vorbeşte despre ceva frumos? Ce gesturi face când nu-i place ceva? Ce face când îşi imaginează ceva plăcut? Totul funcţionează asemenea unui detector de minciuni. Întâi adunaţi informaţii adevărate, apoi informaţii false, în faza doi faceţi corelarea, iar în ultima fază, în funcţie de corelarea anterioară, veţi prelucra noile informaţii obţinute.

4. Cum vă puteţi perfecţiona?

De regulă, aceste deprinderi unii le au nativ, au o capacitate empatică de a-şi da seama exact ce gândeşti în acel moment. Dacă-i întrebaţi de unde ştiu, îţi vor spune că şi-au dat seama. La următoarea întrebare: cum anume şi-au dat seama? - majoritatea vor repeta ce au spus: „mi-am dat seama" sau vă vor spune „pur şi simplu". Sunt şi persoane care vă vor explica, de exemplu, „am văzut că îi tremură vocea" sau „a devenit agitat" etc. Prin antrenament însă, aproape oricine poate căpăta aceste deprinderi. De regulă, antrenamentele sunt eficiente dacă sunt într-un cadru organizat, de exemplu la un training. Nu este deloc greu să vedeţi EXACT CE AVEŢI ÎN FAŢĂ! Trebuie doar să vă antrenaţi în acest sens!

5. Ce este mit şi ce este adevăr în limbajul trupului?

Este un mit acel şablon rigid care-ţi dă soluţia dând o semnificaţie certă unui anume gest: de exemplu, încrucişarea braţelor înseamnă că partenerul se apără!

Acest barometru al trupului (limbajul trupului) are limite?

Acest barometru este o unealtă excelentă atâta timp cât ştiţi să o folosiţi. Trebuie să fiţi conştient în acelaşi timp că interpretarea dumneavoastră nu este 100% adevărată. Interpretarea vă oferă anumite repere în funcţie de care să vă poziţionaţi şi să mergeţi mai departe. Această scanare corectă a partenerului, în NLP, este numită calibrare.

Exemplu

Cel mai greu test la interpretarea limbajului trupului îl dau jucătorii de poker. Aceştia încearcă să descopere exact când anume partenerul are o mână bună, când are o mână rea. Ei încep prin a studia comportamentul interlocutorului, iar după ce văd exact ce cărţi a avut trag concluziile, cum ar fi: *Deci partenerului meu când are o mână bună i se măresc pupilele, respiră parcă mai repede, îşi încrucişează foarte des picioarele şi se uită de cel puţin 5 ori la cărţi în timpul jocului*. Apoi, în următorul joc, urmăreşte din nou semnalmentele şi caută să afle dacă într-adevăr ceea ce a observat mai înainte apare şi acum. Dacă aceste semne apar din nou şi el are o mână bună, el va reacţiona în consecinţă. La fel, va încerca să descopere semnalmentele pentru o mână necâştigătoare.

Lupta în limbajul trupului în jocurile de poker devine şi mai grea întrucât jucătorii experimentaţi emit semnale nonverbale menite să-şi inducă în eroare partenerul. Trebuie să reuşeşti să le descoperi pe acelea care sunt relevante.

Distincţii conceptuale

La ce anume ne referim când spunem limbajul trupului?

CORP

+ poziţia în care este aşezat
+ mişcări mâini şi picioare
+ postură
+ respiraţie
+ agilitatea mişcărilor

+ poziţia coloanei
+ poziţia picioarelor
+ momentul mişcărilor
+ ritmicitatea mişcărilor

CAP
+ expresia feţei
+ mişcările ochilor
+ trăsături musculare (mişcări)
+ buzele (gura)
+ mişcările şi postura capului
+ culoare (ex: roşu în obraji)

VOCE
+ ton
+ intonaţie
+ ritmicitate
+ sublinieri, accentuări
+ viteză
+ claritate
+ volum

Scris de Marian Rujoiu

TEHNICA DE PERSUASIUNE – MUTAREA ÎN TIMP SAU SPAȚIU

Tehnica de mai jos este extrem de utilă. Nu este doar utilă, ci este şi uşor de folosit. Are un efect de „blocare" a partenerului de discuţie, aducând totodată o forţă de convingere foarte mare. Tehnica face parte strategia de convingere care se numeşte „Sleight of mouth". Ca fapt inedit, denumirea de *„Sleight of mouth"* derivă din *„Sleight of hand"* care se referă la puterea unui magician de a face trucuri aparent imposibile.

În continuare voi prezenta **„Schimbarea mărimii cadrului"** care este un model din cele 14 concepute de Robert Dilts.

Această tehnică constă în spargerea convingerilor partenerului prin reevaluarea implicaţiilor credinţei, plasând-o într-un alt context/ spaţiu sau prin mutarea ei în timp.

Exemple elocvente de folosire a acestei tehnici

Partenerul: Dacă te culci cu un arab înseamnă că eşti o femeie uşoară.

Răspuns persuasiv: Îţi dai seama câte femei uşoare sunt în Arabia Saudită?

Notă: Am schimbat cadrul spaţial, plasând interlocutorul în Arabia Saudită.

Partenerul: Programarea neurolingvistică este periculoasă pentru că este manipulativă.

Răspuns persuasiv: Peste ani de practică probabil îţi va fi greu să îţi aduci aminte de această convingere.

Notă: Observaţi cum, prin acest răspuns, am schimbat cadrul temporal, mutând convingerea din prezent într-un viitor mai apropiat sau mai îndepărtat.

Partenerul: Nu pot să iau examenul de matematică pentru că profesorul nu mă place.

Răspuns persuasiv: La festivitatea de absolvire o să ai alte preocupări decât relaţiile cu cadrele didactice.

Notă: În acest exemplu am deplasat din nou în timp convingerea şi am schimbat cadrul spaţial, transferând credinţa într-un loc plăcut pentru subiect.

Partenerul: Nu fac afaceri cu tine pentru că te îmbraci sport.
Răspuns persuasiv: Marile afaceri se încheie pe terenul de golf.
Notă: Actualul cadru spaţial este înlocuit cu un teren de golf.

Partenerul: Nu cumpăr maşini nemţeşti pentru că sunt scumpe.
Răspuns persuasiv: Peste ani, când o să te uiţi la bordul maşinii şi o să observi că ai parcurs peste 100.000 de km fără a avea probleme de mecanică, o să te feliciţi pentru investiţia făcută în fiabilitate şi calitate.
Notă: Se transformă cadrul temporal şi spaţial, partenerul de dialog fiind plasat în habitaclul maşinii într-un viitor nespecificat.

În concluzie, acest model poate fi folosit în următoarele situaţii:
- pentru a amortiza cu succes obiecţiile clienţilor în cursul unui proces de vânzări;
- la serviciu, împotriva veşnicilor cârcotaşi, care nu scapă nicio ocazie de a vă pune la punct;
- asupra celor care, în cadrul unor dezbateri mai restrânse sau mai largi, doresc să vă reducă la tăcere fără să se gândească că rolurile se pot inversa;
- în orice negociere, atunci când vrem să „spargem" anumite convingeri ale partenerului care împiedică discuţia să urmeze cursul dorit de noi.

Dacă vrei să verifici în ce măsură ai înţeles tehnica, mai jos ai situaţii în care trebuie să dai un răspuns persuasiv utilizând această tehnică. Încearcă mutări în timp sau în spaţiu ale problemei expuse de interlocutor.

Partenerul: Cred că procedând aşa o să dăm greş.
Răspuns persuasiv: .....

Partenerul: Cred că preţul este prea mare.
Răspuns persuasiv: .....

Partenerul: Am oferte mai bune.
Răspuns persuasiv: .....

Partenerul: Am mai auzit asemenea aberaţii.
Răspuns persuasiv: .....

Partenerul: Miroşi a parfum, cred că mă înşeli.
Răspuns persuasiv: .....

Răspunde întrebărilor de mai sus, folosind tehnica schimbării cadrului.

Pentru cei care vor să aibă o viziune generală asupra *„Sleight of mouth" aveţi mai jos câteva repere.*

„Sleight of mouth" este un sistem de 14 patternuri (modele) de limbaj folosite în persuasiune. Acest sistem a fost conceput de Robert Dilts, care a copiat modul în care personalităţi în comunicare răspundeau atunci când încercau să convingă pe cineva. Unul dintre cei modelaţi a fost Richard Bandler, cofondator al Programării Neurolingvistice, un maestru al persuasiunii şi argumentaţiei logice. Se presupune, la nivel de mit, că atunci când Robert Dilts a conceput *„Sleight of mouth",* i-a modelat chiar şi pe Iisus Hristos, Mahatma Ghandi, Platon, Dalai Lama etc.

Scopul este acela de a permite oamenilor să înţeleagă cum funcţionează influenţa limbajului şi, totodată, de a pune la dispoziţia oricărei persoane interesate abilităţile de persuasiune ale oamenilor modelaţi de Dilts prin intermediul acestor patternuri.

Scris de Dan Lambescu şi Marian Rujoiu

TEHNICA ÎNTREBĂRILOR ÎN NEGOCIERE

Probabil aţi mai auzit ideea că *întrebările sunt importante în negociere*. **Într-o negociere este mai puternic cel care știe și află mai multe și în niciun caz cel care vorbește multe**. Mi-aduc aminte de o mică întâmplare. Eram în vizită la un prieten, care de obicei vorbește destul de mult. Este, de altfel, un tip foarte inteligent, de la care am învăţat multe. La un moment dat, vine în vizită un alt prieten de-al lui pe care nu-l cunoșteam. M-am retras din discuţie, din câmpul lor vizual, însă auzeam fără să vreau cam tot ce se spunea. De fapt nu se spunea, ci doar prietenul meu Paul vorbea. Și vorbea și vorbea… și iar vorbea. Musafirul din când în când mai punea câte o întrebare: și cum așa? Frumos! Când s-a întâmplat? Iar din când în când dădea aprobator din cap. Discuţia lor a durat cam 15 minute, ce m-a marcat însă a fost contrastul: Paul, care vorbea foarte mult, și musafirul care nu a vorbit în total mai mult de două minute. Și nu a fost de ajuns contrastul, ci concluzia lui Paul la plecarea musafirului:

„De mult nu am mai avut cu cineva o discuţie atât de aprinsă și atât de plăcută. Te aștept pe la mine să mai stăm de vorbă.”

Musafirul a plecat, iar Paul a continuat să-l laude: „Este un tip extraordinar, plin de bune intenţii, poţi să porţi cu el o discuţie serioasă…” ș.a.m.d..

Mai departe, vă voi prezenta câteva moduri de a pune întrebări, urmând ca în funcţie de situaţie să le adaptaţi pentru a avea un succes deplin.

1. Întrebări indirecte pentru a pregăti acordul partenerului de negociere

De foarte multe ori oamenii nu pot să se hotărască rapid, astfel că uneori este binevenit să-i induci ideea că ar putea să ia o decizie în cadrul discuţiei. Asemenea întrebări, pe care le consider elegante, pot da interlocutorului senzaţia că decide, iar la nivel inconștient el va analiza întrebarea mai mult decât vă închipuiţi. Exemple de asemenea întrebări:

- *Ai putea să iei în considerare că am putea lua o decizie astăzi?*
- *Ai putea să te gândești o clipă că ai nevoie de acest produs?*
- *Poţi să-ţi imaginezi că acest produs îţi va face viaţa mai ușoară?*

● *Când ar fi nimerit să-ţi fac o ofertă finală, acum sau la sfârșitul discuţiei?*

● *Crezi că ai putea să facem această afacere astăzi, iar mâine să fii bucuros?*

● *Ai putea să-ţi imaginezi că începând chiar de mâine ai putea beneficia de acest serviciu?*

● *Ai putea să-ţi imaginezi cum îţi poate crește afacerea?*

Lista întrebărilor poate continua, chiar ai putea să mai adaugi câteva. Ideea este că asemenea întrebări pleacă de la anumite premise, anume că partenerul s-ar putea bucura dacă face afacerea. Observaţi că întrebările sunt puse la o manieră simplă, fără a brusca interlocutorul. Atenție, fie că îţi răspunde sau nu, în mintea lui va da anumite răspunsuri, care de regulă te vor avantaja. Te invit să testezi această tehnică, iar atunci vei fi pe deplin edificat!

2. Întrebări care sunt menite să sporească încrederea partenerului de negociere în dumneavoastră

Încrederea este un lucru greu de obţinut. În primul rând, prin ceea ce faci poţi demonstra dacă se poate avea încredere în tine, apoi ceea ce ai de oferit și, nu în ultimul rând, ceea ce spui. Există însă și un anumit gen de întrebări care ajută la construirea încrederii. Mai jos aveţi exemple de asemenea întrebări:

● *Încrederea înseamnă că acest serviciu este ceea ce vă doriţi, dumneavoastră ce vă doriți mai exact?*

● *În timp ce voi expune avantajele acestui produs, încrederea în el v-ar putea crește. Vă puteţi gândi foarte serios că sunt banii dumneavoastră și probabil vreţi să faceţi cea mai bună alegere, nu-i așa?*

● *Ce anume v-ar determina să aveţi mai multă încredere în noi?*

● *Aţi putea avea mai multă încredere în noi, nu-i așa?*

● *Clienții noștri au încredere în noi. Ei știu că ne facem bine treaba și puteţi lua în considerare că în scurt timp veţi avea și dumneavoastră încredere în noi.*

Observaţi, că formulările de mai sus au o doza de ambiguitate intenționată. Scopul este de a ***redirecționa puțin atenția pentru a induce partenerului ideea de încredere***. Repet, aceste întrebări ajută

și pot face diferenţa între tine și ceilalţi, ele nu sunt totul, sunt un fel de accesorii care ne ajută.

3. Întrebări de aflare a lucrurilor care sunt cu adevărat importante pentru partener

Acest tip de întrebări ne ajută foarte mult în construirea unei poziţii care să fie agreată de interlocutor. Pui întrebări cu scopul de a afla informaţii. Unele dintre ele nu te ajută neapărat, însă unele dintre ele se vor dovedi extrem de utile. Câteva exemple de întrebări:

- Ce apreciaţi mai mult la oamenii cu care lucraţi?
- Ce vă mulţumește cel mai mult atunci când încheiaţi o afacere?
- Dacă aș avea o baghetă magică care v-ar putea îndeplini o dorinţă, care ar fi aceasta?
- Sunt anumite aspecte care vă preocupă în legătura cu produsul nostru?
- Ce anume v-ar putea determina să încheiem afacerea chiar acum?

Întrebările de mai sus sunt exemple de întrebări care îţi pot fi de folos, mai mult sau mai puţin, în funcţie de situaţie. Ele au rolul de a obţine informaţii suplimentare de la partener. Odată aflate informaţiile, îţi va fi mai ușor să-l convingi. Află tot ce poţi: valorile lui, bucuriile, temerile, criteriile de alegere, caracteristici, clienţi, prieteni, hobbyuri… orice.

4. Întrebări finale - decizia finală

Foarte mulţi agenţi întâmpină următoarea dificultate: nu reușesc să smulgă un DA final clientului. Partenerul pare convins, totuși afacerea nu se încheie. Sunt câteva întrebări care-l pot ajuta să se hotărască.

- *Încheiem afacerea chiar acum?*
- *Cum preferaţi plata?*
- *Când aţi vrea să se facă livrarea?*
- *Câte bucăţi doriţi?*
- *Le preferaţi pe cele roșii sau pe cele albastre?*
- *Dacă v-aș mai putea face un discount de 2% am încheia afacerea chiar acum?*

Întrebările finale trebuie puse cu grijă, astfel încât să nu obţinem efectul contrar. Ele „forţează” puţin clientul să se decidă să încheie afacerea. Întrebările pleacă de la premisa că partenerul este hotărât (chiar în cazul în care nu a verbalizat acest lucru).

Cele patru tipuri de întrebări de mai sus nu sunt nicidecum acoperitoare. Ele au valoare de exemple. Unele dintre ele ţi-ar putea fi folositoare în activitatea viitoare. Tipurile de categorii de întrebari pot fi infinite, eu alegându-le în acest articol pe primele care mi-au venit în minte. Aș vrea să reţineţi că forţa unei întrebări este mult mai puternică decât pare la prima vedere. Vă invit să exersaţi și să practicaţi întrebările în discuţii.

Reţine: *În viaţă nu primești ceea ce meriţi, ci ceea ce negociezi!*

Scris de Marian Rujoiu

LEGEA DOVEZII SOCIALE ÎN NEGOCIERI

În acest capitol voi aborda o lege cunoscută în negociere, și anume ***Legea Dovezii Sociale***. Probabil v-aţi întrebat: de ce oare se numesc Legi, și nu Tactici, spre exemplu? Motivul este destul de simplu. Ele funcţionează atât de bine, încât sunt considerate mai mult decât tactici, iar aria lor de aplicabilitate este foarte mare. Să luăm câteva exemple!

Exemplul 1 - Ce este oare?

Mergeţi pe stradă și observaţi un grup de oameni care se uită toţi în sus. Fără să vă gândiţi foarte mult, veţi face același lucru, vă veţi uita în sus!

Exemplul 2 - Sala de spectacole

Mergeţi la un concert de muzică dance, spre exemplu. Nu v-a plăcut în mod deosebit. Spectacolul se termină, iar artiștii sunt aplaudaţi. Cel mai probabil, chiar dacă pentru puţin timp, veţi aplauda și dumneavoastră. De ce oare?

Exemplul 3 - La cumpărături

Sunteţi la mare și observaţi că într-un anume loc se vând gogoși. Chiar dacă lângă el mai este tot un chioșc de gogoși. La acesta stau 4-5 persoane la rând, iar la celălalt niciuna. Veţi considera mai nimerit să vă așezaţi în spatele celorlalţi, plecând de la presupunerea că aici „probabil sunt mai bune”!

Exemplul 4 - Reclamele

Dacă veţi urmări o pauză de reclame, veţi observa cel puţin o reclamă care folosește ***legea dovezii sociale*** într-o formă sau alta. Exemple: un grup de oameni mulţumiţi, un grup de oameni care aleargă după chipsuri, prezentarea unui om care a câștigat participând la o tombolă etc.

Exemplul 5 - Dezbatere televizată

Foarte adesea, atunci când are loc o dezbatere televizată ce are și un public, cel care face montajul emisiunii poate transmite telespectatorilor un anumit sentiment. De pildă, atunci când vorbește un invitat, vor arăta oameni din public foarte atenţi, care eventual dau și aprobator din cap, iar când vorbește celălalt invitat arată oameni

plictisiţi, care eventual strâmbă și din colțul gurii. Această metodă se folosește pentru a transmite telespectatorului sentimentul dorit, întrucât acesta, inconștient, tinde să fie de acord cu publicul. Acest exemplu l-am oferit mai mult pentru a ști să vă apăraţi de această lege, atunci când este aplicată asupra voastră.

Folosirea acestei legi este foarte puternică, ea operează în realitatea cotidiană la tot pasul. Inconștient, fiecare dintre noi ia decizii de cumpărare sau de refuz atunci când este folosită. Întrebarea care probabil o aveţi în minte ar fi următoarea: „Bine, bine... dar cum o folosesc în negociere?”

În negociere este folosită foarte frecvent. Atunci când veţi negocia ceva, veţi aduce în discuţie acei clienţi mulţumiţi cu care lucraţi, numărul mare de unităţi vândute etc. Veţi avea probabil un catalog care arată oameni mulţumiţi care folosesc aceste produse. Uneori se apelează la vedete care consumă produsul respectiv, iar aici tot de ***Dovadă Socială*** este vorba.

În concluzie, vă sfătuiesc să folosiţi Legea Dovezii Sociale ori de câte ori aveţi ocazia. Oamenii se vor lăsa mai ușor convinși dacă puteţi să le exemplificaţi foarte ferm mulţumirea clienţilor sau situaţii similare în urma cărora oamenii, procedând într-un anumit fel, au avut de câștigat.

Scris de Marian Rujoiu

NEGOCIEREA ÎN AFACERI – CUM VÂND CEVA SCUMP?

Strategie în vânzări – ce e ieftin e scump

Mulţi dintre **agenţii de vânzări mi-au semnalat că au dificultăţi în a vinde un produs sau un serviciu care este mai scump.** Din experienţa proprie, pot să afirm că oamenii nu cumpără numai produsele care au cel mai mic preţ. Mi-am propus să explic cum putem demonstra clienţilor că produsele scumpe sunt o alegere fericită. Puteţi să vedeţi mai jos cum să poziţionaţi oferta dumneavoastră (mai scumpă) faţă de una mai ieftină.

Oamenii au mai multe criterii în funcţie de care achiziţionează, fără a se limita la acestea:

- *Persoana care face vânzarea (îi place sau nu-i place)*
- *Beneficiile imediate*
- *Beneficiile pe termen lung*
- *Părerea despre produs*
- *Raportul preţ/calitate*
- *Bugetul disponibil*
- *Marca produsului sau a serviciului*

Realitatea ne demonstrează permanent că nu se vând doar cele mai ieftine produse sau servicii. Întrebarea de o mie de puncte este „**cum faci să vinzi un produs foarte scump?"** În cursurile noastre de negociere şi vânzări prezentăm mai multe modalităţi, însă în acest articol mă voi rezuma la una din ele, care funcţionează în multe cazuri.

Întrebarea pe care o pun este simplă:

Poţi demonstra că produsul tău scump este de fapt foarte ieftin?

Când un client spune că vrea să cumpere un produs mai ieftin, în acel moment eu sunt bucuros, pentru că îşi întinde singur o capcană şi îmi oferă posibilitatea să demonstrez că ce este ieftin este scump şi, cumpărând de la mine, el ia un produs foarte ieftin. Puteţi face un joc de cuvinte şi de argumente perfect fundamentat, aşa cum veţi vedea în exemplul de mai jos:

Exemplu: Telefon mobil clasic versus telefon cu tastatură completă

Presupunem că telefonul simplu costă 50 de euro, iar cel performant cu tastatură completă costă 200 de euro, un preţ de patru ori mai mare. În asemenea situaţii putem pune întrebări de genul:

- Este importantă imaginea dumneavoastră? Cât ar valora?

- Scrieţi mesaje? Puteţi scrie un mesaj în jumătate din timp. Economisiţi 30 de secunde la fiecare mesaj, astfel că veţi scrie poate câteva mii în plus. Cât valorează o secundă din viaţa dumneavoastră? Poate 10 cenţi, poate mai mult. Dacă ar valora 10 cenţi şi aţi scrie 2000 de mesaje în următorii 2 ani, înseamnă o economie de 200 de euro de exemplu.

- Navigaţi pe internet? Puteţi răspunde rapid la e-mailurile importante, ceea ce vă poate aduce afaceri profitabile de sute sau chiar mii de euro, deoarece partenerii de afaceri apreciază promptitudinea.

Întrebările pot continua, acestea au doar valoare de exemplu pentru a înţelege tehnica. Evident, **întrebările trebuie adaptate contextului, interlocutorului şi produsului pe care-l oferiţi.** Ideea este simplă: **trebuie să găsiţi acele lucruri care fac diferenţa şi să încercaţi o cuantificare financiară a acestora.** Practic, exagerând puţin, în 2-3 ani, telefonul de 200 de euro vă poate ajuta să câştigaţi mii de euro. Telefonul de 50 de euro nu prea oferă aceste posibilităţi.

Vedem cum ce e ieftin e scump pentru că punctând anumite diferenţe puteţi să-l convingeţi că ceea ce-i oferiţi nu este mai scump, ba, din contră, este foarte, foarte ieftin, îi aduce chiar şi profit. Poate da 50 de euro fără să aibă beneficii sau poate da 200 de euro şi să câştige mii de euro. **Deci care telefon este mai ieftin?**

Ar putea să vă placă **această strategie de negociere pentru că oferă o cale de trecere peste impas.** Cheia este punctarea beneficiilor şi valorizarea lor. Oamenii nu vor să facă afaceri proaste şi se pot gândi la ceea ce le veţi spune. La nivel inconştient, fiecare om, într-o măsură mai mare sau mai mică, face acest lucru. Dacă veţi merge într-un supermarket veţi observa o gamă foarte mare de produse şi veţi vedea că nu doar cele mai ieftine se vând, ci şi cele din alte categorii, pentru că oamenii, la nivel inconştient, judecă valoarea produsului, şi nu preţul. Decizia se ia inconştient şi de cele mai multe ori în mod automat. Mulţi oameni nu vor cumpăra cel mai ieftin produs tocmai pentru că este cel mai ieftin.

Încercaţi tehnica, puneţi o valoare pentru ceea ce oferiţi şi dacă interlocutorul nu răspunde, începeţi să cuantificaţi beneficiile a ceea ce aveţi de oferit. Inclusiv a lucra cu dumneavoastră poate fi un beneficiu.

Vânzătorii profesionişti nu se tem că există produse mai ieftine. Ei vor trece la acţiune şi vor explica cum produsul sau serviciul este extrem de ieftin, când el este de fapt foarte scump, iar produsul pe care-l oferă, aducând nenumărate beneficii, devine aproape o sursă de bani.

Experimentaţi tehnica şi veţi avea rezultate foarte bune. Doresc să fac avertizarea că această tehnică funcţionează în multe cazuri, dar nu în toate. Un negociator experimentat va intui imediat ce tehnică se potrivește mai bine fiecărei situaţii. A negocia este un lucru frumos, care te face să preţuiești mai mult ceea ce ai de oferit și îţi crește totodată încrederea în tine pe măsură ce obţii rezultate remarcabile. Negociem permanent, în afaceri, la serviciu sau în viaţa personală.

Reţineţi: În viaţă și în afaceri nu primiţi ceea ce meritaţi, ci ceea ce negociaţi!

Scris de Marian Rujoiu

TEHNICA PRESUPOZIȚIEI – CÂT DE UȘOR AR FI SĂ...?

Tehnica presupoziţiei pleacă de la premisa că „se poate" și pune totul într-o formulare pozitivă: „***Cât de ușor ar fi să...?***"

Sunt o serie de întrebări pe care un negociator experimentat ar trebui să știe să le pună, deoarece îl ajută să obțină rezultatele dorite.

Una din aceste întrebări este *„cât de ușor ar fi să...?"* Pare o întrebare banală, dar o să realizaţi la sfârșitul acestui capitol impactul real pe care îl are.

Exemplul 1

Am sunat la un moment dat la un hotel și am întrebat: „*Cât de ușor ar fi să mă cazez la ora zece?*" (cazările începeau la ora 12 și, implicit, rezervarea mea era făcută cu acest interval orar) Mi s-a răspuns: „*Numai puţin, staţi să verific*". A revenit cu răspunsul: „*Ştiţi, nu ar fi foarte ușor!*" Era exact răspunsul pe care îl doream, anume că totuși „se poate". Am folosit puterea presupoziţiei în această situaţie și am oferit o sugestie – că este ușor și că se poate! În mod evident, răspunsul final a fost că se poate și că voi fi cazat, chiar dacă iniţial mi s-a răspuns că nu este foarte ușor

Exemplul 2

În cadrul proiectului Business StartUp trebuiau împărţite formulare către beneficiari și distribuită o carte gratuit. Mă sună persoana care distribuia cartea și formularele și îmi spune: „*M-a oprit poliţia și îmi spune că nu avem autorizaţie să facem asta*". Întreb: „*Ce autorizaţie îţi trebuie, în condiţiile în care dăm ceva gratuit?*" Am cerut să vorbesc cu persoana de la poliţie. I-am explicat despre ce este vorba, că facem ceva frumos, iar la sfârșit am pus o întrebare: „*Nu vă supăraţi, cât de ușor ar fi să ne lăsaţi să împărţim cărţile sau să ne recomandaţi un alt loc în care să le putem distribui fără probleme?*" Persoana răspunde că nu ar fi foarte ușor, cu toate acestea ne-a recomandat până la urmă un alt loc în care să putem distribui cărţile.

Scris de Marian Rujoiu

3.2.2. Vânzări

ATITUDINEA GREŞITĂ ÎN VÂNZĂRI: SĂ ÎNCERCI SĂ VINZI!

Probabil titlul ţi se pare un nonsens, cum adică atitudinea greşită în vânzări este aceea în care vinzi? În trainingurile mele de vânzări totdeauna am întâlnit întrebarea: *ce atitudine trebuie să am în relaţia cu cel căruia vreau să-i vând ceva*, iar răspunsul meu este de obicei: *aceea în care tu nu ai nimic de vânzare*. Văd ochi mari prin sală, văd cum participanţii sunt nedumeriţi. Încep apoi să explic de ce cred acest lucru şi văd la final feţele lor luminate, simţind că în sfârşit au înţeles ce atitudine trebuie să aibă în vânzări. Acest lucru o să-l vezi şi tu citind acest articol.

O să plec de la un caz real, care-mi este proaspăt în minte. Vreau să-mi construiesc o casă şi chiar ieri m-am întâlnit cu unul dintre constructori. Mi-a plăcut enorm de mult atitudinea lui.

Mi-a povestit despre echipa lui, despre cum se poartă el cu ei, despre casele pe care le-a făcut. Apoi a început să mă întrebe care-i treaba cu mine: de unde sunt, ce vreau să fac cu acea casă, unde lucrez, câţi ani am, ce lucrez etc. Mi-a intrat, elegant, în viaţa personală. A trecut unul dintre muncitorii lui pe lângă noi. L-a oprit şi a început să-i povestească despre mine ceva de genul: *uite, acest băiat vrea să-şi facă o casă, este din... lucrează... etc.* Mă trezesc cu următoarea întrebare, la care recunosc că nu mă aşteptam:

„Ştii de ce te-am întrebat aceste lucruri?”
Eu răspund:
„*Nu ştiu, de ce?*” (În gândul meu... de curios, de ce oare?!)
Iar el îmi răspunde: **Ştii, eu nu fac pentru oricine case!**

Aceasta este expresia cheie a acestui articol: *„Ştii, eu nu vând oricui”* sau *„Vreau să mă conving că merită să beneficiezi de ceea ce am eu de oferit!*”

Mai mult, continuând discuţia cu acel constructor, a început să-mi povestească despre un caz de-al lui de cu câteva zile în urmă: „A venit o femeie la mine, că vrea să-i fac o casă. Nu o să i-o fac pentru că nu

mi-a plăcut de ea. Nu mi-a plăcut, eu mai mă uit şi la om, ţie o să-ţi fac dacă ne înţelegem".

Pentru mine discuţia cu acest om a fost o lecţie din teren. Acest constructor trăieşte la ţară şi nu a beneficiat de formări naţionale sau internaţionale! Este mult peste vânzători cu care am avut de-a face de la companii multinaţionale. Mi-a vândut excelent, fără să-mi vândă, a schimbat poziţia, aproape eu eram vânzătorul şi el cumpărătorul. Evident, am făcut faţă acestei poziţii cu succes, cu toate acestea chiar mă gândesc serios să lucrez cu el, pentru că prin atitudinea lui mi-a inspirat încredere.

O să enumăr mai jos punctele cheie din discuţia cu el, ca principii de atitudine în orice vânzare:

1. Nu îi vinzi nimic, tu îl ajuţi să se dezvolte.
2. Nu duci lipsă de clienţi.
3. Fă-l să înţeleagă că îţi alegi cu grijă clienţii.
4. Arată-i că îţi pasă de ceea ce faci şi crezi în ceea ce faci.
5. Explică-i că dai importanţă echipei cu care lucrezi, ai grijă de ei etc.
6. Fă-l să se simtă onorat că lucrează cu tine.
7. Intră în sfera personală la începutul discuţiei.
8. Încearcă să-i stârneşti dorinţa de a lucra cu tine.
9. Lasă-l pe el să te convingă să-i vinzi!

Un cârcotaş poate să spună: „Da' nu merge totdeauna, da' e prea agresivă, da' este foarte greu".

În acest caz eu aş răspunde: aşa este, nu merge întodeauna, dacă ar fi o metodă 100% sigură ar deveni reţetă universală, ceea ce nu este cazul în vânzări. Apoi, din nou i-aş da dreptate acestui cârcotaş, în sensul că tehnica nu-i foarte uşoară, iar cât priveşte agresivitatea... aici nu sunt de acord. Totul depinde de tine, de eleganţa şi de stilul tău, de modul cum îţi alegi cuvintele, de tonul pe care îl foloseşti!

Aplică această tehnică şi vei face parte dintr-o clasă superioară a agenţilor de vânzări. În acest fel **vei trece de la poziţia de milog disperat:** *„Cumpără de la mine, am nevoie de acest lucru"* **la poziţia: „Pot fi partenerul tău, este o onoare să lucrezi cu mine, te ajuţi pe tine dacă vei cumpăra de la mine".** Spune sincer, tu ai cumpăra de la un

agent disperat? Probabil că nu, sau dacă ai întâlni aşa ceva, ai forţa negocierea, i-ai cere discounturi peste discounturi! Aştept feedbackul tău cu interes.

Încheind, sper că acest articol vă va fi util şi că aţi înţeles care este atitudinea potrivită în vânzări şi negociere.

Scris de Marian Rujoiu

CUM SĂ CONVINGI ÎN 5 PAȘI SIMPLI?

Fie că este vorba de a negocia, de a vinde sau de a convinge, pentru o înţelegere mai uşoară a felului în care putem convinge este foarte uşor să facem o paralelă cu piramida lui A. Maslow. Cinci trepte şi cinci trebuinţe simple care îţi pot mări puterea de convingere. Uneori observi că nu reuşeşti să convingi, astfel că este foarte posibil ca tot modelul lui Maslow (prima variantă) să te lămurească.

Cele cinci trepte pe care ai putea să le urmezi sunt:

1. Convinge-l că are nevoie!
2. Convinge-l că ceea ce-i propui îi sporeşte securitatea!
3. Convinge-l că cei care au mai procedat în acest fel au făcut o alegere bună şi că alegând lucrul respectiv are acces la o comunitate selectă!
4. Convinge-l că ceea ce-i propui îi oferă un plus faţă de ceilalţi!
5. Convinge-l că face o afacere bună şi că va avea un sentiment de împlinire, depăşind astfel condiţia actuală!

La ce ne ajută aceşti 5 paşi?

Ne ajută să înţelegem care este firul prin care putem convinge pe cineva. Fie că e vorba de ceva personal sau profesional, trebuie să înţelegem că lucrurile capătă logică când avem în minte aceşti paşi.

Să presupunem că vrei să vinzi o maşină, o Dacie de exemplu, veche de trei ani. Vecinul tău are un Audi A4, cumpărat în urmă cu un an. Crezi că vei reuşi să-i vinzi Dacia ta? Cel mai probabil nu vei reuşi pentru că nu are nevoie de ea, nu e mai sigură decât a lui; nu cred că vei găsi exemple prin care să-l convingi că va avea „acces la o clasă superioară", nici că va fi un plus faţă de maşina lui şi probabil nu ai argumente să-l convingi că în urma achiziţionării unei Dacii va simţi satisfacţie maximă sau că a făcut o afacere bună. Este posibil numai într-un singur caz, anume numai dacă are datorii mari şi urgente şi între a nu avea maşină deloc (presupunem că are de gând s-o vândă) şi a avea o Dacie nu foarte veche care să-i asigure nevoile de bază, ai o şansă. Un vânzător bun nu este acela care vinde frigidere la Polul Nord. Pe acesta eu l-aş întreba... „ce cauţi la Polul Nord, când ai putea vinde foarte bine în zona Ecuatorului?" Intrăm în acest fel în zona managementului vânzărilor, anume că trebuie să acţionezi acolo unde este nevoie, să foloseşti

timpul aşa cum trebuie, în locul care trebuie şi acolo unde există o nevoie de bază (treapta I conform clasificărilor).

Dacă însă celălalt vecin al tău nu are maşină deloc, este posibil să ai şanse mult mai mari, iar un dialog ar putea fi de forma celui de mai jos:

Tu: Salutare, vecine, ce mai faci?

Vecinul: Uite, fac foarte bine, aranjez şi eu puţin grădina!

Tu: Vecine, uite, mă întrebam de ce nu ai tu maşină? Cu siguranţa ai avut nevoie până acum. E mai greu să te descurci fără o maşină atunci când ai nevoie. ***(treapta 1)***

Vecinul: Da, am nevoie, dar mă descurc şi fără.

Tu: O maşină înseamnă siguranţă şi libertate de mişcare. Poţi să ai grijă de familia ta, de copii, îţi asigură confortul psihic, ca atunci când trebuie să ajungi undeva - te-ai urcat în maşină şi ai plecat să rezolvi problema. Nu mai spun situaţii medicale delicate, salvările astea ajung la tine într-o oră, două. Ai maşina ta, ai siguranţă! ***(treapta 2 – nevoia de siguranţă)***

Vecinul: Poate că ai dreptate, sper însă să nu am niciodată vreo problemă!

Tu: E bine ca fiecare om să aibă o maşină. Până la urmă intri în rândul oamenilor normali: ai o casă, ai o maşină. Ţine şi de imaginea ta. Orice om serios are o maşină. ***(treapta 3 - apartenenţa)***

Vecinul: Şi ce câştig eu dacă am maşină?

Tu: E un bun, e al tău şi ştii că poţi face orice cu el. E un plus, e o valoare. Până la urmă e un indicator al nivelului de trai! ***(treapta 4 – avantajul, acumularea)***

Vecinul: Hm... cred că tu vrei să-mi vinzi maşina ta!

Tu: Cred că e mai important că ai tu nevoie, decât că vreau eu să o vând! Până la urmă să ai o maşină e o realizare. Nu crezi că te-ai simţi bine să ai tu maşina ta? Ai o satisfacţie. ***(treapta 5)***

Vecinul: Cred că ai dreptate, cât ceri pe ea?

Şi începe negocierea pe marginea preţului!

În exemplul de mai sus, aşa cum a fost construit el, observăm că decizia de a deschide negocierea a fost provocată abia la treapta 5. Era foarte greu dacă începeam direct de la cinci. Trecerea prin celelalte trepte are valoarea de suport al provocării unei decizii. De exemplu, în

cazul celuilalt vecin cu Audi, negocierea se opreşte la prima treaptă pentru că omul nu are nevoie. Prin traseul discuţiei de mai sus, pornim de la bază, ne asigurăm înainte de toate că are nevoie şi că înţelege acest lucru. Chiar în prima frază ne spune: „am nevoie, dar mă descurc şi fără". Înseamnă că suntem pe drumul bun, anume că am trecut de treapta întâi şi că sunt alte elemente care l-ar putea determina să ia decizia.

În afară de a fi o schemă care ne ajută uşor să convingem, trebuie să înţelegem că succesul unei negocieri este cu atât mai mare cu cât sunt satisfăcute mai multe din cele 5 coordonate, de jos în sus.

Cele cinci elemente (1 - nevoia primară; 2 – securitatea; 3 - accesul la comunitate; 4 - dorinţa de acumulare şi 5 - realizare şi satisfacţie) pot funcţiona şi secvenţial. De exemplu, dacă ne uităm la reclamele la hipermarket: „găseşti tot ce ai nevoie (1 - nevoia) la cel mai mic preţ (risc scăzut, economie)", ele merg primordial pe primele două trepte. Pe măsură însă ce ne îndreptăm spre clasa produselor de lux, apar reclame de la treapta 3-4 în sus: intri într-o categorie a oamenilor de succes având produsul respectiv (4 - accesul la o comunitate) şi vei avea un sentiment de satisfacţie, de împlinire (5 - realizare). În acest din urmă caz, se presupune că publicul căruia îi este adresat produsul sau serviciul respectiv are satisfăcute celelalte nevoi.

Trebuie să reţinem că în cadrul discuţiilor noastre una dintre cele 5 trepte provoacă decizia. Practic, faptul că are nevoie nu duce neapărat la luarea deciziei, ci nevoia (treapta 1) aduce numai un aport în luarea deciziei. De exemplu, dacă te duci într-un magazin, este mult mai uşor să iei decizia de a cumpara o pereche de pantofi scumpi dacă ai şi nevoie în acel moment de pantofi. Dacă nu eşti însă foarte convins că ai nevoie, este foarte posibil să amâni decizia ta şi să-ţi învingi sentimentul de satisfacţie de a avea perechea de pantofi respectivă (treapta 5) sau dorinţa de a fi special în rândul cercului frecventat de tine (treapta 4).

Sfaturi în loc de concluzie:

1. Începeţi să convingeţi de jos în sus (de la treapta 1 către treapta 5)!

2. De multe ori nu poţi convinge un om pentru că blochezi discuţia pe o treaptă, pe securitate de exemplu. Securitatea ajută la luarea deciziei, dar poate că nu provoacă decizia.

3. Nu insistaţi pe treptele unde clientul/partenerul este deja convins sau nu este nevoie să-l convingi (ex. - produsele de lux)! De exemplu, dacă încerci să convingi că produsul de lux este foarte ieftin şi că va face economie în acest sens, s-ar putea să nu-l mai convingi deloc, pentru că „ieftin" în cazul de faţă intră uşor în contradicţie cu treptele 4 şi 5.

4. Folosiţi aceşti 5 paşi simpli şi oferiţi-mi feedbackul! Eu am testat şi a funcţionat.

Scris de Marian Rujoiu

CUM VINDEM ÎN SITUAȚII DE CRIZĂ

Tot am primit în ultima vreme solicitări de la companii de genul: *vreau un program în care să-mi învăţaţi agenţii cum să vândă în situaţii de criză*. Voi lua un caz specific întâlnit foarte recent, mai exact cu directorul unei companii pe care o voi numi RBD. Până aici toate bune şi frumoase, însă lucrurile s-au complicat când am intrat în detalii.

Întotdeauna suntem atenţi la nevoile clienţilor, astfel că-i întrebăm: În viziunea dumneavoastră cum ar trebui să arate un program de vânzări în perioadă de criză?

Răspunsul directorului RBD a fost ceva de genul: *vreau agenţi de vânzări agresivi care să fie mult mai incisivi. Vreau să vândă fără ezitare şi fără sentimente şi mai vreau ceva, să vândă foarte repede pentru că nu avem timp de pierdut*.

Vreau să fac o mică paranteză şi o să vă rog să vă imaginaţi că sunteţi client şi aveţi de-a face un agent de vânzări care încearcă să vă facă să cumpăraţi de la compania pe care o reprezintă. Vreau să vizualizaţi situaţia în care discutaţi cu agentul de vânzări şi aveţi senzaţia că cel din faţa dumneavoastră:

- este agresiv
- se grăbeşte să vă bage produsul pe gât
- nu este interesat de ce anume aveţi nevoie exact
- insistă să luaţi o decizie rapid
- vorbeşte de rău concurenţa

Cum v-aţi simţi? Cel mai probabil nu foarte confortabil. Veţi căuta rapid o cale prin care să amânaţi luarea unei decizii şi să încheiaţi discuţia.

Profilul de mai sus în niciun caz nu este unul care să crească vânzările. Consumatorul, în această perioadă, va fi mult mai atent decât în alte perioade. În situaţii de criză fiecare dintre noi va încerca să-şi dea seama dacă aruncă banii pe fereastră sau nu, iar cel mai important este ca cel din faţa noastră să ne inspire încredere, iar graba sau agresivitatea în niciun caz nu sunt motive pentru a avea încredere. Să

fim oneşti cu noi şi să recunoaştem că în această situaţie vom fi mai suspicioşi ca oricând.

Revenind la discuţia cu RBD, am încercat să-i explic că un asemenea program nu va avea randament.

I-am răspuns: *Dacă vom creşte agresivitatea agenţilor, clienţii vor deveni mult mai suspicioşi, iar implicit vor provoca decizia de cumpărare din ce în ce mai rar*.

Agresivitatea directorului RBD a crescut şi m-a întrebat: *Extreme Training poate să facă acest lucru sau nu*?

Răspunsul meu a fost sincer, clar şi la obiect: Poate să facă acest lucru, însă nu o va face.

(mi-amintesc şi acum nedumerirea directorului)

Directorul RBD: Cum adică, sunt client şi-mi spuneţi că eu plătesc şi nu pot primi ceea ce vreau?

Eu: Exact, noi nu vă putem oferi ceea ce doriţi dumneavoastră.

Directorul RBD: Cum aşa?

Eu: Dumneavoastră doriţi creşterea vânzărilor, nu-i aşa?

Directorul RBD: Da...

Eu: Atâta timp cât noi suntem convinşi că nu aceasta este calea prin care pot fi crescute vânzările, nu vi se pare onest să vă şi spunem acest lucru?

Directorul RBD: Ba da....

Eu: Una dintre valorile Extreme Training este integritatea. Mai exact, când spunem că facem un lucru, şi facem acel lucru. Sunt singur că peste jumătate dintre companii v-ar oferi fără ezitare un program de creştere a agresivităţii agenţilor. Mai ştiu însă un lucru!

Directorul RBD: Care anume?

Eu: Că după o lună de zile, când veţi vedea că vânzările nu au crescut, ba din contră, cu siguranţă aţi renunţa la colaborarea cu respectiva companie de training. Am dreptate?

Directorul RBD: Categoric!

Eu: Vreau să avem de lucru şi peste două luni, motiv pentru care dorim să vă propunem soluţii care într-adevăr să vă crească vânzările! Sunt convins că şi dumneavoastră vă doriţi acelaşi lucru.

Directorul RBD: Am înţeles. Prin urmare, ce-mi propuneţi?

.....

Dialogul a continuat, iar discuţia s-a transformat într-una elegantă. L-am convins că profilul agentului, aşa cum îl vedea el anterior, într-

adevăr nu ar fi condus la creşterea vânzărilor. Scriu acest articol într-un moment în care se dovedeşte că am avut dreptate, iar rezultatele se văd. Acum directorul RBD este fericit că a mers pe mâna mea şi că a ales un program diferit de ceea ce a avut iniţial în plan. Este fericit pentru că efectele trainingului deja se văd în cifre.

Probabil vă întrebaţi: Bine, bine... şi ce i-ai propus?

I-am propus un program care să dezvolte un profil total diferit de cel descris mai sus. Am convenit ca prin programul de training să instruim agenţii să dobândească următoarele abilităţi:

- cum să-şi scadă agresivitatea
- cum să câştige încrederea clienţilor
- cum să răspundă obiecţiilor ridicate de clienţi
- cum să construiască relaţii de durată
- cum să convingă mai uşor
- cum să racordeze nevoia clienţilor la oferta lor
- cum să preîntâmpine regretul postachiziţionare
- cum să fidelizeze clienţii

Acesta este profilul în care eu cred. În niciun caz nu cred în profilul agresiv. Acesta este profilul care generează rezultate. Este drept, în perioadă de criză una dintre etape poate fi disperarea. Astfel că acum recomand mai mult ca oricând agentul de vânzări profesionist. În niciun caz disperarea, graba sau agresivitatea nu va aduce nimic bun.

În concluzie, creşterea vânzărilor poate fi făcută numai în două feluri:

1. creşterea numărului de clienţi
2. păstrarea actualilor clienţi

Aceste două lucruri simple pot fi atinse abordând o strategie asemănătoare celei de mai sus:

Creşterea încrederii, construirea de relaţii, atenţie la nevoile lor, putere de convingere, fidelizarea clienţilor.

Prin urmare, foarte mare atenţie! Fie că eşti agent, fie că eşti director al unei echipe de vânzări, caută strategii câştigătoare pentru

creşterea vânzărilor. Disperarea nu este o soluţie, iar agresivitatea nici atât. Adaptat la produsele companiei, găseşte acele căi prin care poţi creşte încrederea şi poţi construi relaţii de durată. În plus, îţi mai poţi pune o serie de întrebări cum ar fi:

1. Cunoştinţele tale – Eşti un profesionist?
2. Felul tău de a fi – Inspiri încredere?
3. Nonverbalul şi paraverbalul – Eşti un maestru al comunicării?
4. Ce ai de oferit – Te recomandă sau nu?
5. Poziţionarea – Tu vinzi sau el cumpără?
6. Orientare în teren – Faci vizite la întâmplare sau eşti în vizită la un potenţial client?
7. Timpul – Cât de grăbit eşti să cedezi?
8. Imaginea ta – Dacă ar vorbi, ce ar spune?
9. Starea ta de spirit – Pesimist sau optimist?
10. Respectul – Cine pe cine respectă?

Scris de Marian Rujoiu

NEGOCIEREA SALARIULUI ÎN SITUAȚIA DE CRIZĂ

Trăim vremuri grele. Realist vorbind, în aceasta perioada cele mai multe negocieri vor fi purtate pe tema păstrării actualului nivel salarial şi foarte posibil pe a păstrării locului de muncă. Sper să citeşti cu plăcere acest articol şi să-l foloseşti atunci când vei fi pus în această situaţie, anume a negocierii salariului în avantajul tău.

PREGĂTIREA NEGOCIERII

Un lucru esenţial care ţine de reuşita unei negocieri presupune cunoaşterea în detaliu a partenerului de negociere. Trebuie să ştii foarte multe lucruri despre el. Cu cât vei şti mai multe lucruri, cu atât vei avea şanse mai mari. Greşeala pe care mulţi negociatori o fac este aceea că ei, deşi cunosc multe lucruri legate de partener, nu ţin seama de ele. Pune-te în locul partenerului tău de negociere şi şansele de reuşită vor creşte cu cel puţin 30%. În cazul de faţă, în primul rând trebuie să te pui în pielea şefului tău: să încerci să gândeşti ca el, să simţi ca el, să vezi ca el, să auzi ca el şi să iei decizii ca el.

Ai făcut un prim pas mare dacă te vei pune în pielea şefului tău. Gândeşte-te că nu mai eşti un angajat, ci eşti angajatorul şi eşti ameninţat de un posibil faliment. Încearcă să rămâi măcar câteva minute în această situaţie. Gândeşte-te profund, iar dacă într-adevăr vrei să ai toate argumentele pentru a-ţi convinge şeful, ia o hârtie şi un pix şi completează spaţiile libere în propoziţiile de mai jos. Reţine! Eşti în pielea şefului. Să presupunem că te chemă Ştefan!

Eşti şeful şi îţi dai seamă că:

1. Cel mai probabil în anul 2011 profitul companiei o să .....
2. Anul 2011 este un an de .....
3. Cel mai probabil în anul 2011 o să:
   a. Măresc salariile
   b. Menţin salariile
   c. O să scad salariile
4. Cel mai mult apreciez la Ştefan .....
5. Cel mai mult mă deranjează la Ştefan .....
6. Mă pot baza pe Ştefan mai ales atunci când .....

7. Ştefan, în conformitate cu postul pe care-l ocupă, are un salariu:
   a. Mai mare decât în alte companii
   b. Similar
   c. Mai mic decât în alte companii
8. Cred că Ştefan mai poate lucra pentru a-şi îmbunătăţi.....
9. Munca lui Ştefan îmi generează lunar un profit de aproximativ ....
10. În cadrul echipei Ştefan are rolul de .....
11. Realizările lui Ştefan din ultimele 3 luni au fost .....
12. Ştefan are responsabilităţi care duc la dezvoltarea companiei:
   a. În mare măsură
   b. În oarecare măsură
   c. În mică măsură
13. Dacă îi măresc/menţin salariul lui Ştefan, ar trebui să măresc salariile întregii echipe
   a. da
   b. nu
14. Ştefan ar putea prelua şi responsabilităţile legate de .....
15. Ştefan este cel mai bun în .....

Acestea au fost numai câteva dintre ideile pe care şeful tău le are sau le poate avea la un moment dat. Răspunzând sincer, evaluezi corect situaţia. Cu cât vei da răspunsuri mai aproape de ceea ce ar răspunde şeful tău, cu atât vei avea o viziune mai realistă asupra situaţiei.

SĂ ÎNCEPEM!

Câteva lucruri pe care le ai de făcut înainte de a începe marea bătălie:

1. Răspunde sincer la cele 15 întrebări de mai sus!
2. Atitudinea ta: nimic nu trebuie să te oprească în a cere un salariu mai mare, în condiţiile în care consideri că meriţi acest lucru. Este evident că nu poţi avea un salariu mai mare dacă nu ceri acest lucru.
3. Evaluează nevoile companiei!
4. Evaluează situaţia!
5. Evaluează adevărata ta valoare - ca individ în cadrul companiei!
6. Evaluează valoarea ta în cadrul grupului!

Două întrebări de referinţă ce pot măsura care sunt şansele de a ţi se acorda mărirea de salariu şi/sau a condiţiilor de lucru:

1. În ce măsură angajarea altcuiva ar presupune costuri suplimentare?
2. În ce măsură locul tău ar putea fi preluat fără probleme de către un angajat nou?

Având răspunsul la aceste două întrebări poţi afla poziţionarea ta în cadrul companiei. Într-adevăr, îţi trebuie un moment de sinceritate pentru a răspunde la aceste două întrebări. Tendinţa noastră va fi aceea de a ne supraevalua. Gândiţi-vă la dumneavoastră ca la o a doua persoană, ca la un coleg de serviciu şi încercaţi să va detaşaţi!

LĂRGEŞTE-ŢI PERSPECTIVELE!

Ce înseamnă de fapt salariul? Adesea când spunem salariu, ne gândim la cât câştigăm din punct de vedere pecuniar. O viziune reală asupra unui loc de muncă ar trebui să cuprindă tot ce primeşti în schimbul prestaţiei tale şi cum primeşti aceste beneficii. Dacă avem în vedere doar banii, nu vom avea o viziune corectă asupra modului cum suntem răsplătiţi. O enumerare a aspectelor care pot fi luate în discuţie la o negociere de salariu ar fi următoarele:

- Bonusuri
- Zile de lucru
- Vacanţe
- Timpul de lucru
- Acoperirea transportului
- Deplasările
- Asigurare
- Salariul fix
- Spaţiul de lucru
- Echipamentul pus la dispoziţie
- Puterea de decizie
- Posibilităţi de promovare

Factorii cheie ce au/pot avea legătură cu negocierea salariului (Pregătirea negocierii)

1. Gradul de dependenţă al firmei faţă de munca pe care o prestezi
2. Rata inflaţiei
3. Costurile tale primare legate de locuinţă, transport sau alte cheltuieli constante ce au intervenit între timp
4. Situaţia companiei (în creştere/ în descreştere/ imaginea slabă/ angajează/ reduce personalul)
5. Disponibilitatea/ potenţa firmei de a oferi un salariu mai mare
6. Media salariului pe piaţă, pe aceeaşi poziţie pe care te afli în acel moment
7. Ce precedente are compania în acest sens – care au fost situaţiile în care aceasta a oferit măriri de salariu?
8. Ce valoare ai tu pentru şef şi pentru companie?
9. Ce extraresponsabilităţi ai putea să preiei?
10. Eşti dispus/ă să munceşti mai mult pentru a primi un salariu mai mare?
11. Ce competenţe ai, astfel încât să poţi fi reangajat/ă într-o altă companie cu aceleaşi responsabilităţi, dar având un salariu mai mare?
12. Cum vede şeful această problemă a măririi salariului?
13. Ce l-ar putea determina totuşi să ofere o mărire? Încearcă să corelezi acest lucru cu obiectivele sale personale în cadrul companiei precum şi cu obiectivele companiei.
14. Există alte persoane în firmă prin intermediul cărora propunerea ta de mărire de salariu ar avea şanse mai mari? În ce măsură ai acces la aceste persoane?
15. Găseşte acel motiv pentru care ar fi normal să ţi se acorde această mărire: există un buget alocat salariilor sau o anumită politică salarială? Nu s-ar crea oare un precedent care nu poate fi susţinut de către firmă? Eşti doar unul dintre sutele de angajaţi!!!

După cum observaţi, această mărire de salariu nu este o sarcină tocmai uşoară. Trebuie să priveşti atât din punctul de vedere al companiei, cât şi din al dumneavoastră. Mai mult de atât, trebuie să evaluezi situaţia atât separându-vă pe dumneavoastră de companie, cât şi în relaţie cu aceasta.

Scris de Marian Rujoiu

Să negociem salariul!

Patru Sfaturi Cheie!

✓ Solicită o întâlnire cu şeful în cel mai bun moment. Nu-i spune din start că tema discuţiei este dorinţa ta de a ţi se mări salariul. Alege Locul şi Timpul Potrivit!!

✓ În timpul discuţiei încearcă să foloseşti acele argumente pe care şeful le aduce de obicei. Încearcă să foloseşti acelaşi tip de argumentare. Citează-l dacă este nevoie! De exemplu, dacă şeful nu este de acord să facă această concesie pentru niciun angajat, încearcă să afli ce l-ar determina să o facă.

✓ În cazul în care răspunsul nu este pozitiv şi nici nu vi se oferă o variantă în care acest lucru s-ar întâmpla, puteţi întreba: DE CE nu este posibil acest lucru?

✓ În cazul în care discuţia permite, poţi spune: „În acest caz, este forte posibil ca la un moment dat să-mi caut alt loc de muncă deoarece înţeleg că într-adevăr nu este posibilă sub nicio formă o mărire de salariu, însă, din nefericire, am anumite cheltuieli pe care nu reuşesc să le acopăr. Evident, această alternativă nu mă încântă! (acest ultim aspect este ultima forţare). Dumneavoastră veţi şti dacă trebuie să faceţi acest lucru sau nu. Dacă v-aţi hotărât totuşi să spuneţi acest lucru, aveţi grijă cum o spuneţi. Alegeţi tonul potrivit, astfel încât să nu sune ca o ameninţare, ci mai degrabă trebuie să fie luată ca onestitate din partea dumneavoastră. De obicei acest lucru este apreciat... însă nu întotdeauna.

Cum pui problema? Cum poţi face astfel încât să dai dovadă de eleganţă maximă şi să ai un succes maxim?

✓ În primul rând, arată-i că ai responsabilităţi pe care le iei în serios.

✓ În al doilea rând, arată-i, într-un mod cât se poate de elegant, măsura în care tu contribui la dezvoltarea companiei şi la creşterea profitului acesteia (pregăteşte-ţi eventuale grafice care să arate acest lucru).

✓ Este greu să ceri o mărire de salariu dacă nu ai măcar câteva realizări vizibile pe care le poţi arăta. Prin urmare, încearcă să ai realizări constante şi vizibile...

✓ După ce ţi-ai făcut „reclamă”, o întrebare de testare ar fi următoarea: „Ce consideraţi dumneavoastră că ar fi necesar să fac în

cadrul acestei companii pentru a avea un salariu mai mare?" Această întrebare merge direct la esenţa problemei şi îţi va da acel indiciu cheie de care depinde mărirea salariului.

✓ Atunci când nu ţi se dă un răspuns clar, poţi încerca următoarea întrebare: „Cred că pot avea realizarea „X" în cadrul companiei Extreme Training! Consideraţi că această realizare ar putea fi recompensată în vreun fel?"

Alte întrebări ajutătoare:

✓ Cum aş putea contribui la dezvoltarea firmei, astfel încât să primesc un salariu mai mare?

✓ Care este politica salarială a firmei?

✓ Care sunt acele lucruri care v-ar determina să oferiţi o mărire de salariu unui angajat? Aceasta este o întrebare subtilă care forţează un răspuns şi te protejează în acelaşi timp. Cu alte cuvinte, dai dovadă de onestitate prin faptul că nu vrei ceva special pentru tine, ci te interesează condiţiile cadru în care ar putea fi realizat acest lucru.

✓ Aş dori un sfat de la dumneavoastră! Putem discuta despre rolul meu în organizaţie, despre rezultatele mele şi despre dezvoltarea mea? (întrebare introductivă, de tatonare, care pregăteşte terenul pentru o discuţie constructivă).

Douăsprezece motive pentru care ţi-ar fi oferită o mărire de salariu:

1. Realizările tale recente.
2. Reuşitele tale care nu figurau în fişa postului (extrarealizări în cadrul companiei).
3. Îndeplinirea la timp a sarcinilor.
4. Propunerile tale au fost preluate şi s-au dovedit a fi cele mai bune.
5. Managementul (informal) pe care l-ai practicat.
6. Cuantificarea globală a realizărilor tale (pe an de preferat).
7. Calificările obţinute de tine în ultima vreme.
8. Abilităţile dobândite de tine în ultima vreme.
9. Noile responsabilităţi/sarcini pe care ai fi dispus/ă să ţi le asumi;
10. Eficienţa ta: număr de sarcini/timp (un grafic din care să reiasă că eşti eficient)
11. Creşterea salariului ar duce la o creştere a calităţii vieţii, care în mod evident s-ar răsfrânge pozitiv asupra calităţii muncii pe care o prestezi.
12. *Pentru că o ceri.*

Poţi folosi aceste ultime motive drept chestionar pentru a stabili un **barometru al şanselor tale** de reuşită înainte de a începe negocierea salariului. Dacă la 10 din cele 12 puncte poţi aduce argumente, înseamnă că ai şanse foarte mari de a primi o mărire de salariu şi că TU meriţi această mărire de salariu.

Acest articol nu îşi propune să vă înveţe să obţineţi o mărire de salariu atunci când nu există niciun motiv pentru a o primi. Explicaţiile oferite în acest articol vă vor ajuta să vă poziţionaţi cât mai bine pentru a obţine efectul dorit pe de o parte, iar pe de altă parte vă ajută să fiţi conştienţi de instrumentele pe care le aveţi la dispoziţie şi cum să folosiţi aceste instrumente. Voi folosi o metaforă pentru a mă face mai bine înţeles: **Veţi reuşi să vindeţi şefului vostru ZAHĂR numai dacă aveţi zahăr. Este greu să-i vindeţi zahăr dacă aveţi numai sare.** Acum, trecând la partea optimistă, măriri de salariu se oferă permanent şi poţi fi chiar tu unul dintre aceia care o obţin! Suntem convinşi însă că există cel puţin un motiv pentru care ai merita această mărire de salariu: **pentru că o ceri**. Este foarte puţin probabil ca mărirea de salariu să vină în condiţiile în care nu ceri acest lucru, exceptând cazurile în care politica salarială a companiei este foarte fermă şi ştii în ce condiţii te poţi aştepta la o mărire de salariu.

Acest articol îţi poate fi util şi în cazul în care îţi negociezi salariul la un nou loc de muncă. Te sfătuim însă să nu renunţi la actualul loc de muncă pentru că este mult mai accesibilă negocierea condiţiilor în cadrul actualului loc de muncă, de cele mai multe ori invocând vechea zicală românească: „Nu da vrabia din mână pe cioara de pe gard!”

Nemulţumirea faţă de un loc de muncă ne ispiteşte în a lua decizia care este cel mai la îndemână: îmi schimb locul de muncă, PLEC! Este o poziţie interesantă, însă această decizie ignoră de cele mai multe ori o serie de întrebări cum ar fi: Cum mi-aş putea face o viaţă mai bună la acest serviciu? Ce mă face să cred că nu voi găsi aceeaşi situaţie şi la alt loc de muncă? De unde ştiu că nu va fi chiar mai rău? Ce lucruri mă fac să cred că şeful, colegii sau salariul vor fi mult mai satisfăcătoare la un alt loc de muncă? Acestea sunt doar câteva întrebări. Lista poate continua. Uneori avem indicii asupra răspunsurilor la aceste întrebări. Cunosc destule persoane care şi-au schimbat locul de muncă şi, culmea!, contrar previziunilor optimiste, au descoperit că schimbarea locului de muncă nu a fost o decizie deloc potrivită. De obicei, aceste persoane invocau argumentul: mai rău de atât nu se poate! Această

afirmaţie este uşor de făcut, dar din păcate este lipsită de consistenţă. Dragi cititori, ştiţi la fel de bine ca şi mine că întotdeauna e loc de mai bine, dar şi de mai rău!

În concluzie! Pregătiţi-vă şi îndrăzniţi să cereţi o mărire de salariu! Acest subiect, al măririi salariului, „Extreme Training" l-a abordat de obicei în trainingurile de Negociere şi comunicare şi vă garantăm că această metodă funcţionează. E-mailurile de mulţumire primite de la cursanţii noştri, ulterior însuşirii acestor tehnici, ne-au confirmat că mărirea de salariu se poate obţine.

Scris de Marian Rujoiu

STRATEGII DE CONTRACARARE A OBIECȚIILOR (PREȚUL ESTE PREA MARE!)

O întrebare venită de la un utilizator al site-ului www.traininguri.ro suna cam aşa:

„Am oferte mai bune”- aceasta este una dintre obiecţiile cel mai des întâlnite la clienţi şi nu mai ştiu cum să fac pentru a-i aduce în terenul meu, simt că mă blochez. Aceleaşi probleme sunt şi în cazul obiecţiei „CRED CĂ PREŢUL ESTE CAM MARE, AM ALTE OFERTE MAI BUNE. Două obiecţii în acelaşi timp, cum să dobor aceste obiecţii???

Oferta concurenţei este lucrul care dă bătăi de cap cel mai mult celor care vor să vândă ceva. Nici nu ai început bine şi te trezeşti cu replica: „Preţul e prea mare!” Poate că aşa este, însă de cele mai multe ori aceasta este numai o tehnică a cumpărătorului de a-ţi testa poziţia şi de a te face să mai laşi din preţ.

Trebuie să înţelegem că această replică este numai o tehnică şi să ne bucurăm pentru că în marea majoritate a cazurilor orice vânzare începe cu o obiecţie. Fie că are dreptate, fie că nu, trebuie să fim pregătiţi să-i răspundem clientului nostru. Depinde doar de noi şi de profesionalismul nostru. Recunosc, a fost o vreme când şi eu mă temeam de această obiecţie, însă acum mi se pare foarte de simplu de contracarat.

Fie că vinzi case sau maşini, fie că vinzi băuturi alcoolice sau anvelope, fie că prestezi servicii de web design, cred că cel puţin o dată, atunci când ai încercat să vinzi ceva, ţi s-a ridicat o obiecţie. Situaţia în care nu apare nicio obiecţie din partea cumpărătorului este rarisimă, alteori nu este deloc formulată sau este formulată destul de vag. Uneori această obiecţie este exprimată clar şi concis, alteori trebuie să te aventurezi tu în căutarea ei pentru a putea finaliza vânzarea. De cele mai multe ori obiecţiile nu sunt întotdeauna formulate clar.

Acestea nu trebuie privite ca pe un război iminent, ele trebuie privite ca aspecte normale ale unei vânzări. De obicei, orice vânzare începe cu o obiecţie.

Obiecţiile pot fi legate fie de lipsa de timp, fie de preţ, fie de nevoia consumatorului. Pentru un cumpărător, mai ales când nu este el cel care este în căutarea produsului sau a serviciului respectiv, este o obişnuinţă

să răspundă cu o obiecţie. Obiecţia nu este neapărat reală, însă aceasta se ridică, iar tu trebuie să o ocoleşti sau să o contracarezi. Odată ce un cumpărător a ridicat o obiecţie, depinde numai de tine trecerea peste aceasta.

Gândeşte-te de câte ori ai spus că nu ai timp să cumperi ceva, că nu ai bani suficienţi sau că nu ai nevoie, însă nu puţine au fost situaţiile când totuşi ai cumpărat produsul respectiv. Acest lucru s-a întâmplat pentru că vânzătorul a ştiut să treacă peste obiecţie la un mod cât se poate de elegant. Atunci când se ridică o obiecţie nu înseamnă că vânzarea nu va avea loc. Acest lucru înseamnă doar că vânzarea abia începe. Cele mai întâlnite obiecţii ridicate sunt:

☒ nu am timp
☒ mă mai gândesc
☒ preţul e prea mare
☒ trebuie să vorbesc cu şeful
☒ am oferte mai bune
☒ nu vreau pur şi simplu
☒ lucrez cu altcineva
☒ nu avem bani
☒ nu se vând
☒ nu avem nevoie

De ce apar obiecţiile?

Există cazuri în care cumpărătorul chiar are o obiecţie reală care îţi este pusă pe tavă, iar cumpărătorul chiar doreşte un răspuns la obiecţia sa. Nu este o strategie tocmai potrivită aceea de a te face că nu ai auzit obiecţia sau să treci peste ea fără discutarea ei ca şi cum ar fi ceva irelevant. Este o adevărată măiestrie să răspunzi unei obiecţii în mod constructiv, astfel încât să începi o vânzare cu succes, mai ales că oamenii, de cele mai multe ori, ajung să cumpere tocmai din acelaşi motiv pentru care au refuzat iniţial vânzarea ridicând obiecţia. De exemplu, îi poţi demonstra că tocmai pentru că nu are bani suficienţi va trebui să cumpere, pentru că va face economii importante. Prima obiecţie ridicată este întâiul indiciu asupra nevoilor consumatorului, care fie vrea să se asigure că a dat un preţ bun, fie are nevoie de un furnizor de încredere, fie vrea într-adevăr să vadă că are de-a face cu un profesionist.

Referitor la obiecţia de mai sus, trebuie să fim atenţi, pentru că nu putem răspunde la două obiecţii în acelaşi timp: „preţ prea mare" şi „am oferte mai bune". Alegem obiecţia care ne convine mai mult şi la aceasta răspundem pentru început. În acest caz, voi alege preţul, pentru că este ceva mai greu de contracarat decât „am oferte mai bune".

Voi expune două tehnici de a răspunde acestei obiecţii. Prima tehnică este culeasă mai mult din experienţă şi este preferata mea, iar a doua tehnică este potrivită în cazul oricărei obiecţii şi este un fel de artilerie grea, atunci când prima tehnică nu şi-a făcut efectul.

Prima cale: Tehnica valorii percepute

Această tehnică nu este încărcată de un profund profesionalism, însă se dovedeşte de cele mai multe ori a fi foarte utilă. O greşeală pe care o fac de cele mai multe ori negociatorii neexperimentaţi este să vorbească mai mult despre concurenţă decât despre ei. Atenţie, faptul că vei denigra produsele concurenţei şi vei demonstra că nu sunt bune de nimic nu te va ajuta prea mult. În primul rând trebuie să fii focusat nu pe a-l convinge să nu cumpere de la concurenţă, ci pe a-i arăta motivele pentru care el ar cumpăra de la tine.

Două dintre replicile mele preferate atunci când mi se ridică obiecţia preţului sunt:

„Ştiţi, nu avem nimic împotriva celor care vând ieftin, ei ştiu cel mai bine cât valorează ceea ce oferă ei!"

sau

„Ce e ieftin e scump!"

Sper să vă placă. Sunt replicile mele preferate când cineva pune problema că preţul este prea mare.

Important de reţinut!

În cazul folosirii acestei tehnici, după cum observaţi, asociem preţul cu valoarea şi plasăm problema în terenul concurenţei. Cred că în jumătate dintre cazurile de negociere când am întâlnit această obiecţie clienţii au renunţat la obiecţie. Dacă ai un client convins că ai un preţ nejustificat, n-ar mai fi la masa negocierii cu tine. Pur şi simplu spui replica cu numărul 1 de mai sus şi aştepţi reacţia clientului. Este important ca, în acelaşi timp, să ai o atitudine relaxată şi optimistă, iar apoi trebuie să fii capabil să-ţi prezinţi oferta ta.

Dacă observăm că avem un client care nu prea s-a lămurit, venim cu replica numărul 2: „Ce e ieftin e scump!”. Aceasta este o vorbă evreiască. În funcţie de ceea ce vinzi, trebuie să fii capabil să-i demonstrezi clientului că achiziţionând cu cel mai mic preţ, s-ar putea să se aleagă de fapt cu cel mai scump produs. Aici trebuie să ai pregătită o poveste cu un client de-al tău care la fel a vrut cea mai ieftină ofertă, iar acum, din cauza calităţii slabe a ceea ce a achiziţionat, a plătit aproape dublu faţă de cât costa la tine. Trebuie să-l convingi că „preţul mic este numai în aparenţă”, iar tu poţi să-i dai cel mai mic preţ chiar dacă preţul de achiziţionare este mai mare. Atenţie, poţi să aduci în discuţie şi argumente care nu implică direct banii. Un argument forte este imaginea. Presupunând că reprezinţi o tipografie care execută cărţi de vizită, îi puteţi explica foarte simplu că o carte de vizită ieftină nu este imaginea pe care el probabil vrea să o transmită. „Făcând o carte de vizită ieftină puteţi fi considerat de către oamenii care vă văd cartea de vizită drept un partener neprofesionist, care nu are bani nici să-şi facă o carte de vizită serioasă”. Acesta este un exemplu de cost al imaginii, care cu siguranţa se poate transmite apoi către cifre şi profit.

În concluzie, convinge-l pe clientul tău că ceea ce-i oferi tu are o valoare care va fi percepută de el imediat ce va beneficia de produs şi, prin urmare, preţul pe care tu i-l ceri merită din plin şi poţi chiar să mai adaugi: „cred că acesta este cel mai bun preţ de pe piaţă”.

E posibil ca nici această tehnică să nu funcţioneze. Ce trebuie să reţii înainte de toate este că nu trebuie să te grăbeşti să laşi din preţ. Aşteaptă! Discută şi vezi de ce i se pare mare şi abia la final abordează problema preţului, eventual la finalizarea vânzării. Făcând un discount încă de la primele cuvinte este foarte posibil să laşi impresia că ceea ce ai tu nu valorează foarte mult.

A doua cale de a răspunde obiecţiei: „Este normal să ştiţi pe ce urmează să daţi bani!”

Această a doua cale nu-mi aparţine. Este o tehnică care se predă în majoritatea cursurilor de vânzări. Este o tehnică destul de precisă, iar de cele mai multe ori dă rezultate uimitoare. Pentru cei care vor să aprofundeze, le recomand „Tehnici de a vinde” scrisă de Dale Carnegie.

Aruncând o privire sinceră asupra motivelor din pricina cărora apar obiecţiile am întocmit următoarea listă:

1 Cumpărătorul doreşte clarificarea unor aspecte
2. În acel moment cumpărătorul are alte lucruri de făcut, nu ai nimerit în momentul tocmai potrivit
3. Cumpărătorul vrea o ofertă cât mai bună
4. Nu l-ai impresionat cu nimic
5. Are o relaţie bună cu vechii furnizori
6. Nu are bani suficienţi
7. Nu are încredere în agenţii de vânzări
8. Nu a realizat încă un „raport" cu clientul
9. Are bani, dar e prea zgârcit să-i cheltuiască
10. Crede că poate obţine un preţ mai bun în altă parte
11. Crede că preţul tău este prea mare
12. Nu are încredere în firma pe care o reprezinţi
13. Nu are nevoie de produsul tău în acel moment

Vedem astfel că motivele pentru care apare o obiecţie pot fi cât se poate de diferite. **Cel mai greu de acceptat pentru un agent de vânzări este acela că nu cumpără pentru că nu l-ai impresionat cu nimic sau că nu-i place de tine.**

Înainte de a învăţa cum se răspunde unei obiecţii trebuie să ai grijă la câteva aspecte cheie care pot asigura un start pozitiv în începerea vânzării. Sunt **4 REGULI de aur** în momentul când vi se ridică o obiecţie. Acestea trebuie respectate cu sfinţenie. Respectarea lor asigură o discuţie relaxată în cadrul careia pot fi lămurite obiecţiile clientului.

× Foloseşte un ton cât mai amiabil (nu linguşitor)!
× Nu-i spuneţi celuilalt că nu are dreptate!
× Evitaţi cu orice preţ discuţiile în contradictoriu!
× Faceţi astfel încât cumpărătorul să fie bucuros că se discută pe marginea obiecţiei sale!

Sunt agenţi de vânzări care ştiu „instinctual" să răspundă unei obiecţii, însă aceştia se pot perfecţiona. Contracararea obiecţiilor este un mecanism simplu, care, odată aplicat, duce către maximizarea

rezultatelor, acesta putând fi aplicat de orice agent de vânzări în vederea creşterii vânzărilor.

A răspunde unei obiecţii în mod profesionist înseamnă a vinde mai mult. Acest lucru poate face diferenţa dintre tine şi ceilalţi agenţi. De cele mai multe ori o vânzare începe cu o obiecţie. Vrei să îi prezinţi oferta ta şi îţi spune din start fie că ai un preţ prea mare, fie că lucrează cu altcineva, fie că nu are timp.

Marea artă constă în a înţelege că nu trebuie convins clientul că nu are dreptate, **nu trebuie să sărim pe el şi să-i demonstrăm că se înşală**. Se constată că de foarte multe ori clienţii cumpără într-un final tocmai din motivul pentru care nu vor să cumpere iniţial. **Trebuie să parcurgem 5 paşi simpli şi să rezistăm în primul rând tentaţiei de a-i demonstra clientului nostru că se înşală**, fie că acest lucru se întâmplă, fie că nu.

Cei cinci paşi sunt:

1. Amortizarea
2. Clarificarea
3. Identificarea obiecţiilor ascunse
4. Răspunsul tău
5. Evaluarea situaţiei

PASUL 1

Amortizarea obiecţiei

Amortizarea obiecţiei înseamnă a atenua în mod profesionist obiecţia ridicată de clientul nostru. A da răspunsuri de genul celor de mai jos nu va face decât să stârnească o reacţie adversă din partea clientului nostru. Cel mai probabil, clientul este pierdut. Cel mai consolator pentru noi ar fi să ne spunem că avem de-a face cu un client „nebun" care „nu înţelege", mai ales că „noi aveam dreptate 100%".

Priviţi la rândurile de mai jos şi luaţi aminte de ceea ce nu trebuie să faceţi atunci când vi se ridică o obiecţie:

Cum NU se face amortizarea?

- Domnul Constantin, dar nu este aşa, nu aveţi dreptate!
- Este o adevărată nebunie să credeţi acest lucru.
- Nu este adevărat, acest preţ este cel mai mic.

- Nu aveţi nevoie de timp de gândire.
- Procedaţi greşit tratând cu o singură sursă.
- Greşiţi, este de cea mai bună calitate posibilă.
- Eu sunt cel care are dreptate, ceilalţi încearcă să vă păcălească.

Probabil că vă întrebaţi: dacă nu se face aşa, atunci cum se face? Răspunsul e foarte simplu. În prima fază nu trebuie să contracaraţi obiecţia, ci doar trebuie să-i arătaţi clientului dumneavoastră că vă preocupă obiecţia ridicată de el.

De exemplu, dacă vă spune: Preţul dumneavoastră este mult prea mare!

Îi puteţi răspunde foarte simplu: Este cât se poate de logic şi normal să vă preocupe valoarea investiţiei!

Câteva sfaturi practice pentru Amortizare

1. Nu folosiţi: „Da..., dar..."

Ex: aveţi dreptate, dar randamentul este mare!

2. Trimite eventual la argumentare! NU ÎNCEPE ÎNSĂ SĂ ARGUMENTEZI!

Ex: Aveţi dreptate! Apreciez într-adevăr observaţia făcută de dumneavoastră, doamna Lidia! Valoarea investiţiei este foarte importantă (...pauză...) Să discutăm puţin despre acest lucru!

PASUL 2 - Clarificarea obiecţiei

Când dorim să clarificăm o obiecţie trebuie să-l abordăm pe clientul nostru cu o curiozitate asemănătoare cu cea a unui copil

De foarte multe ori, în SPATELE obiecţiei ridicate rapid de cumpărătorul nostru există:

- O altă obiecţie
- Sau o explicaţie

Important: **nu trebuie să presupunem!** Trebuie să sondăm pentru a afla de ce nu are timp sau de ce i se pare preţul mare sau de ce are nevoie de timp de gândire sau de ce trebuie să-şi întrebe şeful.

Întrebări de precizie care ne pot ajuta în clarificarea obiecţiei!

1 .Ce înseamnă preţ mare?
2. Ce înseamnă oferte mai bune?
3. Ce înseamnă adânc?
4. De ce nu puteţi ajunge acolo?
5. Ce anume nu vă place?
6. De ce aţi ales acest furnizor?

Acesta este pasul în care punem întrebări, fără a folosi un ton agresiv sau acuzator, şi ascultăm. **Acum este momentul să-l lăsaţi pe clientul vostru să vorbească despre ceea ce şi-ar dori,** ceea ce nu şi-ar dori, cum a ajuns în situaţia de nu are timp sau de ce anume i se pare preţul mare. Putem afla, de asemenea, motivul pentru care preferă vechiul furnizor sau putem afla în ce condiţii poate lua o decizie. Trebuie să avem răbdarea de a pune întrebări şi de a asculta.

PASUL 3 - Identificarea obiecţiilor ascunse

Înainte de a da răspunsul nostru, trebuie să mai realizăm o mică sondare a nevoilor clientului nostru. Din moment ce l-aţi determinat să discute despre prima problemă menţionată de el, foarte uşor va fi să v-o spună şi pe a doua. Acest al treilea moment este acela în care poţi aduna noi informaţii care te pot ajuta în formularea răspunsului potrivit.

Este imperios necesar să nu treceţi peste acest pas, deoarece a-ţi formula un răspuns concentrându-vă pe preţ, după cum el v-a menţionat iniţial de exemplu; poate fi un eşec dacă el este preocupat de altceva şi anume de corelaţia calitate-preţ.

Întrebări de precizie pe care le poţi folosi sunt:

- În afară de timp, vă mai preocupă ceva?
- În afară de preţ, mai este ceva care să vă facă să ezitaţi?
- Dacă ar fi un preţ mai bun, aţi achiziţiona fără ezitare? (întrebare de testare)

Dacă răspunsul este **nu,** atunci cu siguranţă mai sunt unele aspecte importante pentru dumneavoastră. Mi le-aţi putea preciza?

Dacă formulează o nouă obiecţie nu ne rămâne decât să ne întoarcem la început şi să începem cu amortizarea ei.

PASUL 4 – Respingerea obiecţiei

Răspunsul nostru trebuie să fie simplu şi la obiect. Cum răspundem?

× *Încălecăm obiecţia şi mergem cu ea mai departe.*

× *Oferim dovezi.*

× *Dăm explicaţii.*

× *Justificăm valoarea produsului oferit, prezentăm beneficiile acestuia.*

PASUL 5 - Evaluarea poziţiei

Aceasta este fază finală de testare în care puteţi pune întrebări de testare. Întrebările de testare vin pe marginea obiecţiilor ridicate iniţial de client. De exemplu:

1. În această situaţie preţul vi se pare unul mare sau nejustificat?

2. Având în vedere că aveţi la dispoziţie oferta noastră de creditare, putem concluziona că dacă veţi cumpăra acum amortizarea investiţiei se va realiza mult mai rapid?

3. Credeţi că vom putea lucra împreună?

4. Câte bucăţi doriţi?

După cum vedeţi, pasul cinci este acela în care tu sondezi dacă ai în faţă un client pregătit să cumpere. Dacă îţi spune că nu doreşte, îl vei întreba de ce, iar dacă acesta ridică o nouă obiecţie, va trebui să te întorci la amortizarea obiecţiei, la clarificarea ei şi aşa mai departe.

Poate vi se pare un demers complicat, însă prin puţin exerciţiu lucrurile pot lua o întorsătură pozitivă. În trainingurile noastre de vânzări exersăm răspunsuri la fiecare din obiecţii şi vă spun că acest lucru se poate. Mai mult de atât, această tehnică o puteţi testa cu prima ocazie. Lucrurile sunt simple, pentru că odată ce aţi înţeles mecanismul de contracarare, nu vă rămâne decât să-l adaptaţi fiecărei situaţii şi să-l personalizaţi în funcţie de obiecţia care vi se ridică. Evident, ca orice metodă din vânzări, nu este infailibilă, însă este un instrument în plus care vă poate ajuta.

În final, voi face o enumerare **a factorilor cumulativi care pot duce la depășirea obiecțiilor**.

Aceştia sunt:
× *Cunoaşterea şi însuşirea abilităţilor de vânzare*
× *Cunoaşterea produsului tău*
× *Cunoaşterea produselor oferite de concurenţă*
× *Relaţia cu potenţialul client*
× *Atitudinea ta*
× *Dorinţa de a-i oferi cea mai bună soluţie*
× *Creativitatea ta*
× *Perseverenţa ta*

Ai acum două metode simple. Foloseşte-le cu încredere!

Scris de Marian Rujoiu

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013
"Investește în oameni!"

Fiecare om poate fi genial, fie că este angajat, fie că este angajator. Sperăm ca această carte să vă ducă mai aproape de jobul dorit sau de inițierea unei afaceri. Orice ai face, ***FII PREZENT*** *în viața ta astfel încât tu să fii arhitectul propriului viitor. Imposibilul devine posibil, dacă tu crezi că este posibil!*

Manager Extreme Training – dr. ***Marian RUJOIU***

EDITURA
EXTREME TRAINING PUBLISHING

ISBN 978-606-92968-0-6

Titlul programului: *Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013, "Investește în Oameni!"*
Titlul Proiectului: *"Fii Genial!"*
Editorul materialului: *Extreme Training*
Data publicării: *iulie 2011*

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României